

Region und Identität in Rheinland-Pfalz

ZIRP. Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz

Adam Opel AG • AOK Rheinland-Pfalz/Saarland • Architektenkammer Rheinland-Pfalz • AREND Prozessautomation GmbH • 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 Deutschland AG • Debeka Versicherungsgruppe • Deutsche Bank AG • Deutsche Bundesbank, Hauptverwaltung in Rheinland-Pfalz und dem Saarland • Deutsche Telekom AG • Deutsche Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer • DGB Bezirk Rheinland-Pfalz/Saarland • Duale Hochschule Rheinland-Pfalz • Eckes-Granini Deutschland GmbH • ECREF European Center for Refractories gGmbH • Enovos Deutschland SE • ENTEGA Energie GmbH • Ernst & Young GmbH • Evangelische Kirche der Pfalz • Genossenschaftsverband e.V. • Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG • Gienanth GmbH • Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG • Handwerkskammern Rheinland-Pfalz • Heberger GmbH • Hochschule Kaiserslautern • Hochschule Ludwigshafen am Rhein • Hochschule Mainz • Hochschule Trier • Ingenieurkammer Rheinland-Pfalz • Innogy SE • Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) • Johannes Gutenberg-Universität Mainz • Joseph Vögele AG • JT International Germany GmbH • juwi AG • Karl Gemünden GmbH & Co. KG • Kassenzahnärztliche Vereinigung Rheinland-Pfalz • KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft • KSB AG • Landesärztekammer Rheinland-Pfalz • LBBW Rheinland-Pfalz Bank • LOTTO Rheinland-Pfalz GmbH • LÖWEN ENTERTAINMENT GmbH • L·Q·M Marktforschung GmbH • LWT TAX EXPERT International AG • m-result, Market Research & Management Consulting GmbH • Michelin Reifenwerke AG & Co. KGaA • MikroFORUM Hochtechnologiepark Wendelsheim GmbH • Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau • Nolte SE • PFAFF Industriesysteme und Maschinen GmbH • Pfalzwerke AG • PricewaterhouseCoopers AG • Provinzial Rheinland Versicherungen • RHENUS VENIRO GmbH & Co. KG • RPR1. • SAM Sonderabfall-Management-Gesellschaft Rheinland-Pfalz mbH • Schuler Service GmbH & Co. KG • Siemens AG • Sparkassenverband Rheinland-Pfalz • Staatskanzlei des Landes Rheinland-Pfalz • Steuerberaterkammer Rheinland-Pfalz • SWR – Südwestrundfunk • Techniker Krankenkasse • Technische Hochschule Bingen • Technische Universität Kaiserslautern • TÜV Pfalz GmbH • TÜV Rheinland-Berlin-Brandenburg-Pfalz e.V. • Universität Koblenz-Landau • Universität Trier • vero – Verband der Bau- und Rohstoffindustrie e.V. • Villa Musica Rheinland-Pfalz • WHU – Otto Beisheim School of Management • ZDF – Zweites Deutsches Fernsehen

(Stand: April 2017)

Kultur prägt

Region und Identität in Rheinland-Pfalz

ZIRP. Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz

7 **Vorwort**
Heike Arend

9 **Grußwort**
Staatsminister Prof. Dr. Konrad Wolf

1 Kultur prägt

12 **Rheinland-Pfalz in Zitaten**

15 **Zusammenleben in Vielfalt und Respekt**
Ministerpräsidentin Malu Dreyer

16 **Projektionen und Stereotype – Heimat und regionale Identität**
PD Dr. Nils M. Franke
Prof. Dr. Beate M. W. Ratter

19 **Verschieden in einer Welt: Vielfalt und Einigendes in der globalen Gesellschaft**
Prof. Dr. Christoph Antweiler

21 **Kulturförderung ist eine Investition in den Standort**
Margret Suckale

22 **Typisch Rheinland-Pfalz? Ergebnisse der ZIRP-Umfrage**
Daniela Hartmann
Annika Schanne

2 Kultur wächst

29 **Komm, ich erzähl' dir von Rheinhessen**
Volker Gallé

32 **Kulturelles Erbe: Profil für ein politisches Kunstgebilde**
Ingeborg Hoffstadt

35 **200 Jahre Karl Marx – Große Landesaussstellung 2018 in Trier**
Dr. Rainer Auts

38 **Weltkulturerbe römischer Limes – Ansätze zur Förderung des Kulturtourismus**
Dr. Franz Schafranski

41 **Das Gedächtnis der Demokratie: Gedenkkultur in Rheinland-Pfalz**
Wolfgang Faller

44 **Von großer Vielfalt und Schönheit – Aufbruch im Oberen Mittelrheintal**
Nadya König-Lehrmann

47 **Basaltgrau und Kobaltblau – Industriekultur im Westerwald**
Tatjana Steindorf

3 Kultur verbindet

53 **Glaube verbindet – religiöse Vielfalt in Rheinland-Pfalz**
Daniela Hartmann
Corinna Würzberger

54 **Gemeinsamkeiten stärken und Unterschiede respektieren**
Im Gespräch mit
Dr. Udo Markus Bentz

57 **Expertin im Nahbereich an den Knotenpunkten des Lebens**
Im Gespräch mit Christian Schad

60 **Musik kennt keine Grenzen**
Prof. Michael Kaufmann

61 **Gelehrte, Geschichte und neue Generationen**
Im Gespräch mit Avadislav Avadiev

64 **Im gesellschaftlichen Leben verankert**
Im Gespräch mit Hajrudin Katica

4 Kultur ist Verständigung

71 **Zweierlei Fränkisch an Rhein und Mosel**
Dr. Georg Drenda

74 **Mundart hilft beim Menschsein**
Im Gespräch mit Arnim Töpel

76 **Mainzer Fastnachtsmusik: Aus dem Schatten des Doms in die Welt**
Benjamin Scholian



5 Kultur ist im Gespräch

83 **Sender und Empfänger im Netz – Der SWR schafft Heimat**
Alexander Wasner
Dr. Simone Schelberg

85 **Bekannt aus Film und Fernsehen: Drehort Rheinland-Pfalz**
Nadine Schweikert

87 **Gestalterische Teilhabe – Kulturvermittlung 2.0**
Prof. Dr. Susanne Keuchel

90 **Technologisch auf der Höhe: Kommunikation im Oberen Mittelrheintal**
Dr. Karin Drda-Kühn
Rainer Zeimentz

93 **RPR1. – Heimatsender mit Weltsicht**
Im Gespräch mit Kristian Kropp

6 Kultur feiert

99 **Zur richtigen Zeit am richtigen Ort: Das Event als regionales Erlebnis**
Dr. Martin Sigmund

101 **Zuhause in der Musik**
Prof. Alexander Hülshoff

102 **Wein, Wandern und Kultur – einzigartige Gastlandschaften**
Jasmin Koch

105 **Moderne Römerstadt: „Trier – Zentrum der Antike“**
Dr. Anne Kurtze

108 **Kulturelle Leuchttürme – Festivals in Rheinland-Pfalz**
Prof. Dr. Jürgen Hardeck

111 **Geschichte, Sagen, Glaube, Klang – Wormser Kulturprofile**
Im Gespräch mit
Volker Gallé und David Maier

115 **Neue Finanzierungsmodelle für Kulturprojekte**
Dr. Karin Drda-Kühn



7 Kultur schmeckt

121 **Liebe zur Region geht durch den Magen**
Im Gespräch mit Frank Buchholz

124 **Weinland Nr. 1 – Terroir, Tourismus und Tradition**
Andrea Adams
Andreas Köhr

127 **Einzigartige Kulturlandschaft – Erhalt gestalteter Natur**
Dr. Hans Jörg Pfeiffer

129 **Der herzhaft würzige Knack – Molekulares Zusammenspiel in der Worscht**
Prof. Dr. Thomas A. Vilgis

8 Kultur entfaltet

135 **Metropolregion Rhein-Neckar – Allianz für Kulturvisionen**
Thomas Kraus

137 **Pirmasens: Kreativ vom Scheitel bis zur Sohle**
Im Gespräch mit Mark D. Schlick

139 **Ludwigshafen –Stadt der Möglichkeiten ...**
Dr. Andrea Lutz-Kluge

142 **Stoff für Erfolgsgeschichten – Mode made in Trier**
Im Gespräch mit Prof. Dirk Wolfes

144 **Unkel – Kulturstadt am Rhein**
Rex Stephenson
Stefan Wichmann
Prof. Dr. Piet Bovy

147 **Der gute Ton – Keramik aus Höhr-Grenzhausen**
Im Gespräch mit Monika Gass

149 **Besonderheiten digital erfasst: Ein Kulturlandschaftskataster entsteht**
Staatssekretär Randolf Stich

151 **Verbrechen als Marke – Regionalbranding in Deutschlands Krimihauptstadt Hillesheim**
Im Gespräch mit Heike Bohn, Monika und Ralf Kramp sowie Manfred Schmitz

156 **Der beste Schliff – Die Edelsteinmetropole Idar-Oberstein**
Im Gespräch mit Kai-Uwe Hille

158 **Impressum**





Heike Arend
Geschäftsführerin der ZIRP

Vorwort

Rheinland-Pfalz ist meine Heimat – das sagen 77 Prozent der 942 Teilnehmerinnen und Teilnehmer einer Umfrage der ZIRP. Und für die meisten ist es unerheblich, ob sie darüber hinaus als Pfälzer, Rheinhessen, Westerwälder wahrgenommen werden. Doch was verbinden die Menschen in Rheinland-Pfalz kulturell mit ihrer Heimat und mit der Region, in der sie leben?

Rheinland-Pfalz ist geprägt von Vielfalt: der Regionen, der Dialekte, der Herkunft der Menschen, die heute hier leben. Die Regionen, die seit 70 Jahren Rheinland-Pfalz bilden, sind Zwischen- und Endstationen von vielen Menschen über Jahrhunderte: auf der Suche nach Arbeit und einem sicheren Leben, nach Freiheit der Religionsausübung, Wahrung der Menschenrechte und Demokratie. Heute ist diese kulturelle Vielfalt eine Prägekraft in dem noch jungen politischen Gebilde. Mit der vorliegenden Publikation geht die ZIRP auf die Suche danach, wie Kultur in ihren vielfältigen Ausprägungen und Äußerungen die verschiedenen Regionen und das Land insgesamt prägt und eine gemeinsame Identität schafft. Um es kurz vorwegzunehmen: Geselligkeit, Offenheit, Bodenständigkeit und Lebensfreude sind in Rheinland-Pfalz zu Hause. Auch dies war Ergebnis unserer Umfrage. ‚Gut' in allen dialektalen Varianten ist das Lieblingswort der Rheinland-Pfälzer.

„Heimat ist der Resonanzboden der Weltverhältnisse", war im ZEIT-Magazin im Oktober 2016 zu lesen. Wieder einmal sind wir an einem historischen Punkt der globalen Unübersichtlichkeit und der geopolitischen Unordnung, an dem Heimat und das unmittelbare Lebensumfeld eine besondere Bedeutung bekommen. Der Heimatbegriff hat Renaissance. Regionale Identität gibt Orientierung und Bezug, Vertrautheit und eben ‚Heimeligkeit'.

Kultur ist dabei ein prägender Faktor – vom Menschen gemacht, bewahrt, gestaltet. Kultur ist Tradition, Überlieferung, Sitte. Kultur ist auch Innovation, Neues, Irritation. Beides gehört zu Rheinland-Pfalz: die romantische Beziehung zur Landschaft ebenso wie die alljährlich im landesweiten Kultursommer neu geweckte Lust am zeitgemäßen Interpretieren kultureller Bezüge.

Kulturelle Alleinstellungsmerkmale vermitteln nachweislich ein positives Image und führen bei den Menschen zur Identifikation mit ihrer Region, ihrer Stadt oder Gemeinde. Kultur schafft und sichert nicht nur Arbeitsplätze und steigert die Attraktivität eines Standortes, sie trägt auch maßgeblich zur Identitätsbildung bei. Zum kulturellen Leben gehört die Gleichzeitigkeit unterschiedlicher, widersprüchlicher und auch ab-

grenzender Interpretationen. Diese Vielfalt macht eine Gesellschaft kulturell reich und ermöglicht die Integration auch fremder, neuer Kulturen.

Gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus ganz Rheinland-Pfalz und darüber hinaus haben wir beispielhafte kulturelle Projekte, Programme und Aktivitäten in den Regionen ausgewählt und ihre identitätsprägende Wirkung in dieser Publikation dokumentiert. Regionale Identität ist heterogen und in ständigem Wandel. Eine wichtige Voraussetzung, um an diesem Wandel teilhaben zu können, ist Wissen über die Geschichte, die Eigenheiten und das kulturelle Potenzial der Region. Wer sich seiner eigenen Identität und Kultur sicher ist, tritt offen ein in einen gleichberechtigten kulturellen Austausch.

Diese Publikation der ZIRP soll einen Beitrag zur Vermittlung dieses Wissens leisten und Bewusstsein schaffen für einen regionalen Zugang zur Kultur. Wir möchten zeigen, was die Regionen für sich und Rheinland-Pfalz im Ganzen kulturell einzigartig macht. Allen Autorinnen und Autoren, die uns mit ihren Beiträgen aktiv bei diesem Vorhaben unterstützt haben und die selbst Akteure und Treiber des regionalen Kulturgeschehens sind, sei an dieser Stelle sehr herzlich für ihr Engagement gedankt.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Entdecken bekannter und neuer Seiten der rheinland-pfälzischen Kultur.



Heike Arend



Prof. Dr. Konrad Wolf
Minister für Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur

Veränderung und Bewahrung – Kultur fragt und antwortet

Das Wort ‚Kultur' gehört zu den meistgebrauchten überhaupt. Vielleicht ist dies der Grund dafür, dass die Bestimmung dessen, was damit eigentlich gemeint ist, so unklar und vage bleibt. Was ist Kultur? Nicht nur aus Platzgründen verzichte ich an dieser Stelle auf einen Definitionsversuch. Vielmehr möchte ich das Problem, diesen so gängigen Begriff mit Inhalt zu füllen, noch dadurch verschärfen, indem ich, dem Thema dieser Publikation folgend, den Kulturbegriff mit einer zielgerichteten Sinnsuche auflade. Wie kann Kultur regionale Identität erzeugen, bewahren, in die Zukunft transformieren? Auf all diese Fragen finden Sie, liebe Leserinnen und Leser, auf den nachfolgenden Seiten kluge Antworten. Sie können nachlesen, welche Projekte und Initiativen es schon jetzt gibt und woran weiter gearbeitet wird und gearbeitet werden muss.

Ich belasse es deshalb bei meiner Einschätzung, dass die Frage nach Kultur und Identität in einer globalisierten Welt ***die*** zentrale Herausforderung darstellt. Ganz einfach deshalb, weil sie die existenzielle Fragestellung impliziert, wie wir leben wollen: als Individuen wie auch als Gemeinschaften. Identitätsbildung findet heute unter der Bedingung permanenter Veränderungsprozesse statt, die sich mit wahnwitziger Geschwindigkeit vollziehen. Das macht es so schwer, ein allgemein anerkanntes System von Werten und Normen zu entwickeln – auf das wir aber angewiesen sind. Das macht es so schwer, langfristig stabile Lebensperspektiven zu entwickeln – die ebenso unverzichtbar sind.

Kultur kann uns dabei helfen. Sie stellt Fragen und beantwortet diese. Sie verunsichert und stabilisiert. Sie verändert und bewahrt. Wie eine gelingende Individuation beinhaltet Kultur beides: die Bezugnahme auf das Eigene, auf all das, was mit Herkunft zu tun hat, und die Offenheit für das Neue, Unbekannte und bisweilen das Verstörende.

Diese Dialektik gehört seit langem zur intellektuellen und emotionalen DNA des deutschen Volkes – von den bewegenden Kunstliedern Franz Schuberts bis hin zu den ‚Heimat'-Filmen des großen Regisseurs Edgar Reitz aus dem Hunsrück. In Hermann Hesses Entwicklungsroman Demian liest sich das so: „Wer geboren werden will, muss eine Welt zerstören." Man muss also all das hinter sich lassen, was einen daran hindert, sich weiterzuentwickeln.

Heutzutage lassen sich zwei bemerkenswert gegenläufige Trends feststellen: die kulturelle Vereinheitlichung einerseits, also die McDonaldisierung von Werten und Lebensstilen, und die immer engmaschigere Herausbildung von Identitäten andererseits.

Für mich besteht überhaupt kein Zweifel daran, dass die Stärkung positiver regionaler Identität den gesellschaftlichen Zusammenhalt fördert. Um dabei erfolgreich zu sein, müssen alle Aktivitäten zur Entwicklung regionaler Perspektiven in die Lebenswirklichkeit eingepasst werden, demokratisch und partizipativ ausgerichtet sein und spezifische Identitätsmerkmale betonen.

Lassen Sie uns also in den Blick nehmen, woher wir kommen. Aber seien wir frohgemut offen für das Unbekannte, in dessen Richtung wir gehen.

Ich danke der ZIRP für die Bereitschaft, sich mit der Frage nach der Kultur und der regionalen Identität zu befassen. Den Autorinnen und Autoren dieses Buchs danke ich für Ihre anregenden Beiträge.



Professor Dr. Konrad Wolf



Rheinland-Pfalz in Zitaten

Kultur prägt – das ist beim Thema Buchdruck und Rheinland-Pfalz durchaus wörtlich zu verstehen. Johannes Gutenbergs Erfindung Mitte des 15. Jahrhunderts ermöglichte wichtige gesellschaftliche Veränderungen. Durch den Druck mit beweglichen Lettern konnten Informationen schneller verbreitet werden und waren so für eine wachsende Bevölkerungsgruppe zugänglich. Die ZIRP möchte diese kulturelle und zivilisatorische Leistung des Mainzers in besonderer Weise würdigen: Über die Publikation verteilt finden Sie – in Anlehnung an die ausladend geschmückte Gutenbergbibel und die Buchmalerei des Mittelalters – im Fleuronné-Stil gestaltete Zitate berühmter Menschen über Land und Leute in Rheinland-Pfalz.

Unser Dank für die Umsetzung gilt Gundela Kleinholdermann. Die Künstlerin und Grafikerin arbeitet freiberuflich als Kalligraphin und ehrenamtlich in der museumspädagogischen Druckwerkstatt des Gutenberg-Museums Mainz.

Die Zitate wurden vom rheinland-pfälzischen Landesbibliothekszentrum zusammengestellt. Unser herzlicher Dank für die Unterstützung gilt Dr. Annette Gerlach und Dr. Barbara Koelges.



Heimat ist da, wo man aufgewachsen ist, seine ersten Kinderlieder gesungen hat und wo man seine erste große Liebe erfahren hat. Bei mir ist das Mayen, in der Eifel. Zwar eine raue und steinige Gegend, aber derlei Heimatgefühle habe ich sonst nirgends auf der Welt.

Mario Adorf, 15. April 2013, dpa-Interview

Kultur prägt

15 **Zusammenleben in Vielfalt und Respekt**
Ministerpräsidentin Malu Dreyer

16 **Projektionen und Stereotype – Heimat und regionale Identität**
PD Dr. Nils M. Franke
Prof. Dr. Beate M. W. Ratter

19 **Verschieden in einer Welt:**
Vielfalt und Einigendes in der globalen Gesellschaft
Prof. Dr. Christoph Antweiler

21 Kulturförderung ist eine Investition in den Standort
Margret Suckale

22 **Typisch Rheinland-Pfalz? Ergebnisse der ZIRP-Umfrage**
Daniela Hartmann
Annika Schanne

Zusammenleben in Vielfalt und Respekt

Rheinland-Pfalz feiert dieses Jahr 70. Geburtstag. Als so genanntes ‚Bindestrich-Land' gestartet, ist es heute ein Land der Vielfalt und des Zusammenhalts. Die unterschiedlichen Regionen bedeuten auch eine Fülle an kulturellen Prägungen und Angeboten. Kultur ist eine alle Lebensbereiche durchdringende, gesellschaftliche Kraft, die verbindet und neue Perspektiven eröffnen kann. Kultur schafft Erfahrungsräume, die Vertrautes neu erleben lassen und mit Neuem unsere Erfahrungen bereichern. Rheinland-Pfalz ist ein Land der Kultur und ein Land der Regionen.

Die ZIRP widmet der Frage, wie Kultur die regionale Identität prägt, die vorliegende Publikation. Im Zuge der Globalisierung, des virtuellen Geschehens und der smarten Kommunikation stellt sie die Frage nach Heimat und Identität. Projekte wie dieses sind von großem Wert, um ein Zusammenleben in Vielfalt und Respekt zu fördern. Dabei zeigt die ZIRP mit dieser Publikation eindrucksvoll, wie die Besinnung auf das, was bereits da ist, und gleichzeitige Offenheit für das, was kommt, Hand in Hand gehen.



Malu Dreyer
Ministerpräsidentin des Landes Rheinland-Pfalz und stellvertretende Vorsitzende der ZIRP

Projektionen und Stereotype – Heimat und regionale Identität

PD Dr. Nils M. Franke
Wissenschaftliches Büro Leipzig

Prof. Dr. Beate M. W. Ratter
Institut für Geographie der Universität Hamburg

Regionale Identität ist ein Begriff, der sich zunächst etwas hölzern und akademisch anhört. In Wahrheit ist er jedoch sehr brauchbar, weil er mehr meint als der Begriff Heimat.

Das Wort Heimat hat seinen Ursprung im Indogermanischen. Die erste Silbe ‚hei' bedeutet ‚liegen, ruhen'. Damit ergibt sich zwangsläufig ein Raumbezug; im Sinne eines Innehaltens, einer Verortung. Das Suffix ‚at' des Wortes Heimat wird sprachwissenschaftlich als Zustandsdeutung verstanden. Sie verstetigt in diesem Fall die Verortung im Raum und ergänzt sie um ein soziales Zusammengehörigkeitsgefühl im Sinne von ‚Zugehörigkeit, Geborgenheit, Vertrauen im Kreise der Großfamilie'. Heimat ist also etwas sehr Wichtiges, weil sie den Rahmen gibt, in dem sich ein Mensch in seiner Kindheit entwickelt. Im glücklichen Fall nimmt ein Kind diese soziale und lokale Umgebung als Ort wahr, an dem es gewollt ist und der ihm die Möglichkeit gibt, seine Fähigkeiten positiv zu entwickeln. Dadurch identifiziert sich das Kind mit diesem Ort und macht ihn zu seiner Heimat. Somit bleibt Heimat etwas Lokales, an den Ort Gebundenes.

Doch was passiert, wenn sich zwei Deutsche in New-York kennenlernen? Sie werden sich gegenseitig ausfragen:

Wo kommst du her?
Aus Deutschland.
Ja, aber woher in Deutschland?
Aus Rheinland-Pfalz.
Ja, aber woher in Rheinland-Pfalz?
Aus dem Pfälzerwald.

Damit wird das Gegenüber zufrieden sein. Es sei denn, er oder sie stammt selbst aus Kaiserslautern oder kennt den Pfälzerwald genau. Dann wird er oder sie sich erst mit der Kommune zufrieden geben, vielleicht sogar die Straße erfragen. Bei diesem Beispiel ist die Region angesprochen. Regionale Identität geht über die Heimat hinaus. Wann ist ein junger Mensch das erste Mal in seiner Region unterwegs? Vielleicht, wenn ihr oder sein Schulweg nicht mehr in das eigene Dorf oder die Stadt führt, sondern weitere Strecken zurückgelegt werden müssen. Oder wenn regelmäßige Ausflüge mit den Eltern in die nähere Umgebung führen.

Region ist geographisch mehr als Heimat, und wir erschließen sie uns meist später im Leben. Regionale Identität geht wörtlich von dieser Region aus, betont also einen überörtlichen Zusammenhang. Die ‚regio' bezeichnet im Lateinischen eine Gegend, eine Landschaft. Die Identität (vom Lateinischen ‚idem', ‚derselbe') geht davon aus, dass diese Region Wesenszüge besitzt, die sie von anderen unterscheidet. Das betrifft nicht nur materiell fassbare geographische Eigenschaften, sondern auch immaterielle Werte wie zum Beispiel eine Sprachgemeinschaft, den Dialekt.

In Rheinland-Pfalz zeigt sich das schon in der Namensgebung des Bundeslandes. Das Rheinland ist anders als die Pfalz – und das wird fast jeder unterschreiben. Doch was ist genau ‚anders'? Und warum ist das so? Das sind sehr spannende Fragen, die an Emotionen rühren.

Am Geographischen Institut der Universität Mainz haben wir zusammen mit unterschiedlichen Partnern versucht, diese Fragen zu klären.[1] Orientiert haben wir uns dabei an den drei großen Flüssen in Rheinland-Pfalz, an denen Wein angebaut wird: Rhein, Mosel und Nahe. Die Studie basiert auf empirischen Untersuchungen – Befragungen, Kartierungen und Expertengesprächen. Befragt wurden zufällig ausgewählte Passanten ab 16 Jahren: 400 Befragte im Nahetal, 800 Befragte im Mittelrheintal und 495 Befragte an der Mosel. Hinzu kamen noch ein Vielfaches an Expertengesprächen mit Kommunalpolitikern, Vereinsvorsitzenden, Tourismusmanagern, Naturschützern, Vertretern aus Wissenschaft und Weinbau, deren Eindrücke denen aus der Bevölkerung gegenüber gestellt werden konnten. Die Studie bietet einen Überblick über das Heimatbewusstsein der Bewohnerinnen und Bewohner des Landes Rheinland-Pfalz

[1] Vgl. Franke, Nils/Ratter, Beate M.W./Treiling, Thomas (2009): Heimat und Regionalentwicklung an Mosel, Rhein und Nahe - Empirische Studien zur regionalen Identität in Rheinland-Pfalz. (Mainzer Geographische Studien, Sonderband 5). Mainz.

anhand der drei Flüsse und anderen wichtigen geographischen Besonderheiten. Nachfolgend stellen wir die zentralen Ergebnisse in Kürze vor.

Was prägt Regionale Identität?

Speisen und Gerichte

... spielen bei Regionalen Identitäten eigentlich immer eine Rolle. In Rheinland-Pfalz dominiert hierbei der Wein. Danach kommen Döbbekuchen, die auch überregional bekannt sind. Spezifischer sind Gräwes im Moseltal, ein Topfgericht aus Sauerkraut, Kartoffeln und Rauchfleisch, der Schwenk- und Schaukelbraten an der Nahe oder der Rheinische Sauerbraten im Mittelrheintal. In jedem Fall aber scheint das Glas Wein für die Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzer das Ausschlaggebende zu sein.

Sprache und Dialekt

... spielen natürlich vom Kindesalter an bei der Ausprägung der eigenen Persönlichkeit eine wichtige Rolle. Bei unseren Untersuchungen zu Heimat und Regionaler Identität in Rheinland-Pfalz waren wir weniger überrascht, dass an Nahe (Nahetaler Platt) und Mosel (Moselfränkisch) der Dialekt eine größere Rolle spielte als im Mittelrheintal, wo das Hessische Einfluss hat. Dort aber wurde wiederum sehr hoher Wert auf die lokalen Dialekte gelegt und ihre Vielfalt unterstrichen. Das bedeutet, die stete Auseinandersetzung mit der hessischen Mundart führte zu einer homogeneren Regionalsprache als einer Art Überbau, die aber einen Unterbau in Form von sehr vielen lokalen Dialekten hat.

Geschichten und Sagen

... fördern die Identifikation mit der Region. Oftmals kennt man sie seit der Kindheit. Bei der Beschäftigung mit diesem Thema fiel uns auf, dass die Geschichte vom Schinderhannes zwar im Nahetal sehr bekannt ist – obwohl historisch der Räuberhauptmann vor allem im Taunus und im Hunsrück wirkte –, im Mittelrheintal aber keine Rolle spielte. Denn dort gilt die Loreley als wirkmächtigste Legende.

Diese Ergebnisse sind natürlich Ausdruck einer spezifischen Landeskultur. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Land in seiner materiellen Existenz, also zum Beispiel die Berge des Pfälzerwaldes, das Mittelrheintal, die Städte wie Mainz oder Ludwigshafen, die Weinberge an der Nahe, aber auch die Industrieanlagen der BASF einfach vorhanden sind.

Kultur ist, was viele teilen

Mit dem Begriff der Kultur bezeichnen wir die Art und Weise, wie wir die Landschaften wahrnehmen, welche Vorstellungen wir darauf projizieren und welche Stereotype wir entwickeln. Wahrnehmung bedeutet immer einen selektiven Blick auf etwas zu werfen. In einer Stadt wie Mainz sehen wir zwar viele Häuser, aber die meisten von ihnen prägen sich uns kaum ein – anders der Dom. Er ist ein Fixpunkt, der sich fast jedem oder jeder einprägt. Das gleiche trifft auf die Porta Nigra in Trier zu oder das Mittelrheintal mit seinen Burgen. Das Rheintal ist lang, aber das Mittelrheintal ist etwas Besonderes. Es gibt also gewisse Elemente, die wir aus unterschiedlichen Gründen besonders deutlich wahrnehmen.

Unsere Projektionen, also das, was wir mit dem Wahrgenommenen verbinden, sind sehr unterschiedlich. So sieht ein Katholik anders auf den Mainzer Dom als ein nicht religiös gebundener Mensch. Einen Biertrinker interessieren vielleicht die Weinberge der Mosel kaum, ein Weinliebhaber dagegen betrachtet diese mit einer gewissen Vorfreude.

Bei der Ausprägung der Regionalen Identität stellt sich aber die Frage, welche Projektionen von vielen in einer Region geteilt werden, welche also gesellschaftlich akzeptiert sind. So wird der Biertrinker im Moselgebiet mit seiner Auffassung sicher auf individuelle Akzeptanz stoßen, aber an der Tatsache, dass Wein dort zur Landeskultur gehört, nichts ändern. Damit ist das verständlich, was wir weiter oben Stereotype nannten, also die weitgehend akzeptierten gesellschaftlichen Zuweisungen auf die Region, das Land. Sie haben immer eine Geschichte, sind schon lange präsent. Der Pfälzerwald steht für Erholung, Wandern, die Seele baumeln lassen. Mainz steht für eine altehrwürdige christliche Tradition, aber auch für die Fastnacht und vieles mehr. Diese Stereotype können sich aber auch ändern. So steht Kaiserslautern für eine starke Fußballtradition, die aber im Vergleich zum Weinbau an der Nahe eine eher junge Geschichte hat.

Die Zuweisungen auf die (Stadt-)Landschaft sind also nichts Materielles, nichts mit den Händen Fassbares. Sie sind Ausdruck eines geistigen Prozesses, der ein Teil unserer Kultur ist.

Integration durch kulturelle Teilhabe

Vielen erscheint das als etwas Nebensächliches, kaum Ökonomisierbares. Tatsächlich ist Kultur jedoch ein wichtiger Faktor für unser gesellschaftliches Zusammenleben. Das Schlagwort der Integration ist in diesen Tagen, in denen der Bürgerkrieg im Nahen Osten viele Menschen aus einem anderen Kulturraum zu uns bringt, sehr oft zu hören. Aber was bedeutet es eigentlich?

Es bedeutet vornehmlich, die Teilhabe der Neuankommenden zu ermöglichen, zum Beispiel mit der Erläuterung unserer Vorstellungen auch von Regionaler Identität. Wir können diesen Menschen unsere Perspektiven anbieten, indem wir sie teilhaben lassen; teilhaben an unserer Form, Feste zu feiern, zu kochen, indem wir unsere Sehenswürdigkeiten zeigen. Nur Teilhabe führt zu Integration.

Andererseits bringen die Neuankömmlinge natürlich ihre kulturell geprägten Perspektiven zu uns, ihre stereotypen Vorstellungen. Wir können sie uns erzählen lassen, und der Blick aus fremden Augen auf unsere Regionen kann uns bereichern, weil er den Horizont erweitert.

Dieser Austausch sollte gerade in Rheinland-Pfalz sehr leicht sein. Denn dieser Teil Deutschlands hat es geschafft, starke regionale Identitäten zu entwickeln und zu erhalten, während er gleichzeitig eine stete Drehscheibe des kulturellen, ökonomischen und politischen Austausches war. ■



Verschieden in einer Welt: Vielfalt und Einigendes in der globalen Gesellschaft

Prof. Dr. Christoph Antweiler
stellv. geschäftsführender Direktor, Institut für Orient- und Asienwissenschaften (IOA), Abteilung Südostasienwissenschaft, Universität Bonn

Die zentrale Frage interkulturellen Umgangs ist auf der Ebene von Gemeinden in Rheinland-Pfalz dieselbe wie auf regionaler Ebene oder im globalen Rahmen. Wie können die vielen und miteinander vernetzten Kulturen auf einem begrenzten Planeten koexistieren, ohne gleich werden zu müssen? Für die Antwort müssen wir uns befassen mit Kultur, Wir-Gruppen und Vielfalt.

Keine Kultur gibt es nicht

Ihrem Wesen nach ist Kultur Gestaltung – Gestaltung des menschlichen Daseins. Im allgemeinsten Sinn meint Kultur die Gesamtheit der Effekte und Produkte menschlichen Gestaltens. Im Rahmen ihrer Daseinsgestaltung in Kollektiven schaffen Menschen aus Vorgefundenem Neues. Kultur ist das, was gestaltbar ist, also auch anders sein könnte (Kontingenz). Eine Anthropologie der Kultur widmet sich den typischen Formen und Varianten menschenmöglichen Daseins.

In den Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften steht Kultur zumeist für die Lebensweise eines Kollektivs, das sich von der Lebensform anderer (nationaler, religiöser, sprachlicher, räumlicher) Kollektive unterscheidet. Der englische Alltagsausdruck ‚way of life' trifft das recht genau. Bei fast allen ethnologischen Kulturbegriffen geht es um die nichtgenetische Tradierung und Innovation. Personen lernen Kultur von anderen Personen (Sozialisation, Enkulturation). Menschen übernehmen in der Regel mehr als sie innovieren. Im Mittelpunkt stehen durch Tradierung geformte dauerhafte kollektive Gewohnheiten (Standardisierungen). Da Kultur überlebensnotwendig ist, gibt es keine Menschen, die Kultur nicht, noch nicht oder nicht mehr haben.

Ethnische Gruppen sind menschliche Kollektive, die auf der Ebene zwischen Familien und ganzen Völkern, Gesellschaften beziehungsweise Nationen angesiedelt sind. In der älteren Völkerkunde wurden Ethnien nach einfach beobachtbaren Merkmalen wie Siedlungsgebiet, Hausform, Bräuchen, Religion, Sprache und oft sogar nach Körpermerkmalen eingeteilt. Dies führt jedoch zu unterschiedlichen beziehungsweise überlappenden Einheiten, je nachdem welches Kriterium genommen wird. Außerdem ist die Lebensweise von Ethnien immer im Wandel und schließlich sind Mitglieder von Ethnien weltweit zunehmend mobil. Deshalb betont die moderne Ethnologie bei der Abgrenzung weniger die Besonderheiten der Lebensweise, als vielmehr die von Mitgliedern selbst betonten Grenzen, ganz im Gegensatz zu Politikerinnen und Politikern sowie Massenmedien.

Ethnien werden in der heutigen Ethnologie in der Regel nach dem ‚Wir'-Bewusstsein (Ethnizität) und daran orientierten Handlungen unterteilt. Demzufolge können Ethnien wenige Mitglieder haben, aber auch Millionenvölker darstellen. Ethnizität zeigt sich in Vorstellungen, Gefühlen und Handlungen der Zugehörigkeit, die eine Gruppe gegen (eine) andere abgrenzen. Dazu gehören auch Vorstellungen, die die eigene Gruppe als besonders und positiv und die Außenwelt aus dieser Perspektive sehen (Ethnozentrismus). In der Regel stellen ethnische Gruppen endogame Gruppen dar; ihre Mitglieder heiraten also innerhalb der Einheit. Ethnische Gruppen werden im historischen Prozess durch Ethnizitätsprozesse der Einbeziehung (Inklusion) und Ausgrenzung (Exklusion) anderer innerhalb interethnischer Interaktion gebildet, so dass die entsprechenden Zuschreibungen seitens anderer herein spielen. Die für die Mitglieder maßgebenden Gruppenmerkmale sind ausgewählte oder erfundene Traditionen, die als gemeinsam anerkannt werden.

Unterschiedliche Verschiedenheiten

Kollektive Identität besteht in einer Art Zwiebelschalenmodell immer auf verschiedenen Ebenen. Dies können aufsteigend etwa die Ebenen der Verwandtschaftsgruppe (Lineage, Clan), Altersgruppe, Regionalgruppe, Religionsgruppe oder Nation sein. Individuen wählen dabei je nach sozialer Situation und Kontext aus diesem Set von unterschiedlich umfassenden Identitäts-

einheiten. Diese Auswahl ist in aller Regel kaum bewusst; manchmal folgt sie dagegen aber strategischen Gesichtspunkten. Zweitens selektieren Individuen die gruppendefinierenden Merkmale aus einer Vielzahl von Möglichkeiten. Für die genannten Ebenen können ganz unterschiedliche Merkmale der Grenzziehung herangezogen werden, etwa Sprache oder Religion. Entscheidend ist die Eigenperspektive (die emische Sicht) der gefühlten, geglaubten und jeweils betonten Gemeinsamkeiten. Insofern ist es für die Identitätsdynamik zweitrangig, ob die Abgrenzungen althergebracht (primordial) oder etwa erst durch kolonialbehördliche Eingriffe kreiert (konstruiert) sind und ob eine Ursprungslegende aus der wissenschaftlichen Sicht reale Geschichte wiedergibt oder erfundene Geschichte ist.

Vielfalt in menschlichen Kollektiven ist nicht einfach größer oder kleiner: Gesellschaften und Organisationen sind unterschiedlich verschieden! In der öffentlichen Debatte über Kultur wie auch in der Organisationsforschung steht ‚Kultur' meist für Unterschiede, für Differenz. Die Betonung der Unterschiede zwischen Kulturen führt jedoch zu blinden Flecken: Erstens bleiben die Gemeinsamkeiten zwischen Kulturen unbeachtet. Zweitens übersieht man die Unterschiede innerhalb von Kulturen.

Integration durch Verschiedenheit

Jeder Humanismus muss die Realitäten menschlichen Lebens, des zwischenmenschlichen Umgangs und der kulturellen Vielfalt auf einem begrenzten Planeten bedenken. Nur eine umfassende anthropologische Perspektive bildet die Grundlage für einen erneuerten Humanismus. Anthropologie hilft uns, beides im Blick zu behalten: den ganzen Menschen und die Menschheit als Ganzes.

Meine Vision ist, andere Personen (aus der eigenen sowie anderen Kulturen) als von mir verschieden und gleichzeitig als mir gleich anzusehen. Man müsste mehr auch das Menschen Verbindende suchen und die Einheit der Menschheit betonen. Integration könnte durch ihre Verschiedenheit selbst entstehen. Gruppenidentität entstünde demnach aus dem Kontakt mit Personen anderer Gruppen (beziehungsweise Kategorien) statt aus der Abgrenzung von diesen. Das Fernziel wäre eine Integration durch Verschiedenheit. Auf Personen bezogen wäre das Ziel, als Individuum vielheitsbezogener werden zu wollen. In einer Art ‚Patchworkidentität' müsste die innere Kohärenz keineswegs abhandenkommen. So könnte man der Heterogenität Gerechtigkeit widerfahren lassen und ohne Angst verschieden sein. Einzelne Personen könnten solch eine Kohärenzfähigkeit mehr aus der Verknüpfung mit anderen gewinnen als nur aus sich. Es wird immer gern betont, dass andere Kulturen zwar verschieden, aber gleichrangig sind. Ich sage: Sie sind nicht nur gleichrangig, sie sind eben in vieler Hinsicht auch gleich. Es gibt neben der biologischen Einheit auch Kulturuniversalien. Das Ziel wäre aus meiner Sicht eine kosmopolitische statt einer nationalistischen oder universalistisch-globalistischen Haltung.

In der vernetzten Welt ist mehr gemeinsame Orientierung vonnöten, aber es gibt vor allem offene Fragen: Bedarf eine zunehmend verquickte Weltgesellschaft eines Mindestmaßes an universalem Basiskonsens? Wie kann ein Humanismus aussehen, der eigene Sichten und historische Erfahrungen der europäischen und atlantischen Welt nicht vorschnell universalisiert? Wie können wir Globalität als neues Ganzes denken, ohne Einheit und Differenz gegeneinander auszuspielen? Wie kann es uns gelingen, den ubiquitären Ethnozentrismus zu zivilisieren? Wie lässt sich verhindern, dass ‚Kultur' und ‚Menschlichkeit' als Sprachwaffen missbraucht werden? Ist ein Kosmopolitismus denkbar, der die Menschheit als Einheit versteht, aber die Kulturen nicht in globale Schablonen presst oder Weltbürgerinnen und Weltbürger vor allem als elitäre Konsumenten kultureller Vielfalt kennt? Das sind die heute drängenden und zugleich ungelösten Fragen interkulturellen Umgangs.

Erst wenn wir beide Seiten zusammen denken – die Vielfalt und das Einigende – erhalten wir ein vollständiges und scharfes Bild. Und das zeigt neben faktischen Kulturunterschieden und oft oberflächlichen Kontrasten eine weltweite Basis prinzipieller Gleichheiten. Kulturen leben nicht in verschiedenen Welten, sondern verschieden in einer Welt. ■

Kulturförderung ist eine Investition in den Standort

Kultur ist elementarer Bestandteil von Lebensqualität. Sie kann Unterhaltung und Zerstreuung sein, sie ist aber auch Orientierung und Selbstverortung. Sie regt an, stellt in Frage und gibt Gedanken sowie Gefühlen ein Zuhause. Wie Menschen miteinander leben, ist oftmals Ausdruck gemeinsamer kultureller Geschichte und Prägung. Die Förderung von Kultur nehmen wir bei der BASF als Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung sehr ernst. Kulturelle Einrichtungen geben unseren Städten und Regionen ein Gesicht, sie machen sie attraktiv zum Leben und Arbeiten. Unternehmen und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind genauso Resonanzboden kultureller Vielfalt wie die Gesellschaft insgesamt. Die ZIRP zeigt mit dieser Publikation, dass Kultur regionale Identität prägt und dass diese unser Bundesland Rheinland-Pfalz enorm bereichert.



Margret Suckale
Mitglied des Vorstands der BASF SE und Vorsitzende der ZIRP

Typisch Rheinland-Pfalz? Ergebnisse der ZIRP-Umfrage

Daniela Hartmann
Projektleiterin, ZIRP

Annika Schanne
Projektmitarbeiterin, ZIRP

Um von Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzern zu erfahren, wie sie ihre Region sehen, haben wir sie in einer Online-Umfrage gebeten, uns zu erzählen, was für sie typisch Rheinland-Pfalz ist. Insgesamt 942 Menschen haben den Fragebogen beantwortet und viele verschiedene persönliche, spannende und auch überraschende Eindrücke von ihrem Rheinland-Pfalz vermittelt.

Einige Umfrageergebnisse zu den Schwerpunktthemen Heimat, regionale Identität und Kultur geben wir hier wieder. Weitere Ergebnisse der Umfrage finden sich an anderer Stelle in dieser Publikation zu den inhaltlich entsprechenden Beiträgen. So lernen Sie zum Beispiel im Kapitel zu Sprache und Dialekt die eine oder andere rheinland-pfälzische Redewendung kennen, die Ihnen bislang womöglich noch gar nicht bekannt war (Seite 73). Auch zum Thema Essen und Trinken hatten die Befragten einiges zu sagen. Die Antworten servieren wir auf Seite 123.

Unser Fazit: Die Rheinland-Pfälzer sind bodenständig, heimatverbunden und lieben die Vielfalt der Kulturen in ihrem landschaftlich herausragend schönen ‚Heimat'-Bundesland.

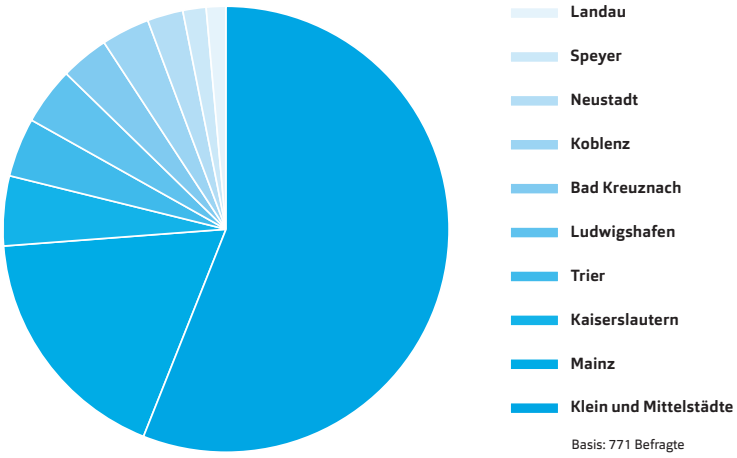
Die Stichprobe: Wer hat teilgenommen?

An der Umfrage, die im Zeitraum vom 29. Juni bis zum 25. Juli 2016 online durchgeführt wurde, haben 942 Menschen mit Rheinland-Pfalz-Bezug[1] teilgenommen.[2] Von ihnen gaben 814 an, aktuell in Rheinland-Pfalz zu leben. Der Anteil der männlichen Teilnehmer an unserer Stichprobe überwiegt mit 59 Prozent. Das Durchschnittsalter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer beträgt 50 Jahre, wobei der jüngste Teilnehmer 16 und der älteste Teilnehmer 83 Jahre alt war. Insgesamt ist der Bildungsstand der Teilnehmerinnen und Teilnehmer hoch: 73 Prozent von ihnen haben ein abgeschlossenes Hochschulstudium. Diese Verteilungen von Geschlecht, Alter und Bildung weichen von der tatsächlichen Verteilung in der Landesbevölkerung ab: Dort überwiegt der Anteil der weiblichen Bevölkerung mit 51Prozent, das Durchschnittsalter beträgt 46 Jahre und der Anteil an Hochschulabsolventen ist im Vergleich mit 13 Prozent sehr viel niedriger als in unserer Stichprobe.[3] Woher kommen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer? 432 Befragte, das entspricht 56 Prozent, kommen aus kleineren und mittleren rheinland-pfälzischen Städten. 339 Teilnehmerinnen und Teilnehmer (44 Prozent) kommen aus den in Abbildung 1 dargestellten Groß- und Mittelzentren.

Annäherung an ein Gefühl: Was ist Heimat?

Ein Land, ein Ort, Gerüche oder Geräusche, Sprache, Dialekt, Freunde und Familie – Heimat bedeutet für jeden etwas anderes. Wir haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer unserer Umfrage gefragt, was sie unter Heimat verstehen. Dazu haben wir ihnen mehrere mögliche Aspekte vorgeschlagen und sie gebeten anzugeben, wie stark sie diese mit Heimat assoziieren – mit folgendem Ergebnis: Am meisten verbinden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Heimat mit geliebten Menschen, für viele ist Heimat ein Gefühl (Abbildung 2). Auch der konkrete Wohnort und die umgebende Landschaft werden sehr stark mit dem Heimatbegriff in Verbindung gebracht. 72

Abb. 1 **In welcher Gemeinde oder Stadt leben Sie?**



[1] Dies umfasst Teilnehmer, die in Rheinland-Pfalz geboren oder aufgewachsen sind, aktuell in Rheinland-Pfalz wohnen oder aus sonstigen Gründen regelmäßig in Rheinland-Pfalz unterwegs sind.

[2] Da die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nicht zufällig ausgewählt wurden, kann die Stichprobe nicht als repräsentativ gelten.

[3] Vgl. Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2015): Bevölkerung 2014 nach Geschlecht, Familienstand, höchster allgemeiner Schulabschluss, höchster beruflicher Abschluss und überwiegender Lebensunterhalt. URL: www.statistik.rlp.de/gesellschaft-und-staat/bevoelkerung-und-gebiet/basisdaten-land/bev1mikrozensus/?Fsize=title%25253DPressemitteilungen [13.02.2017].

Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer verbinden mit dem Begriff Heimat Kultur. Kaum mit Heimat verbinden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer hingegen Vereinsleben und den Ort, an dem sie ihren Glauben ausüben. 77 Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer antworteten auf die Frage, ob Rheinland-Pfalz für sie Heimat ist, mit Ja. Insgesamt 57 Prozent der Befragten sind stolz darauf in Rheinland-Pfalz zu leben beziehungsweise hier geboren zu sein.

Regionale Identität: Rheinhesse, Pfälzer oder Westerwälder?

Im Sinne des Überthemas unserer Publikation haben wir uns außerdem gefragt, wie wichtig den Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzern ihre regionale Identität ist: Ist es für sie wichtig, als Rheinhesse, Pfälzer, Westerwälder, Eifeler, etc. gesehen zu werden? Allgemein lässt sich diese Frage tendenziell mit Nein beantworten – denn 55 Prozent, also etwas mehr als die Hälfte, legt keinen Wert darauf, als Rheinhesse, Pfälzer, etc. gesehen zu werden. Es macht jedoch einen Unterschied, ob die Befragten in Rheinland-Pfalz geboren beziehungsweise aufgewachsen sind oder nicht: Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die in Rheinland-Pfalz geboren beziehungsweise aufgewachsen sind, ist die regionale Zugehörigkeit in 61 Prozent der Fälle wichtig, während es bei nicht-gebürtigen Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzern nur 16 Prozent sind. Der Aussage, in Rheinland-Pfalz herrsche regionale Vielfalt, stimmten dennoch 83 Prozent der Befragten zu.

Was ist typisch Rheinland-Pfalz?

Zur Frage, was typisch Rheinland-Pfalz sei, haben wir den Befragten verschiedene Antwortoptionen vorgeschlagen. Die am meisten ausgewählten Antworten zeigen: Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer verbinden vor allem landschaftliche Aspekte sowie die Mentalität der Menschen, die hier leben, mit Rheinland-Pfalz (Abbildung 3).

Wodurch zeichnet sich die ‚Mentalität der Menschen' aus? In unserer Umfrage stellten wir die Frage danach, was typisch rheinland-pfälzisch sei, noch einmal. Dieses Mal machten wir aber keine Antwortvorgaben. Die Ergebnisse, dargestellt auf Seite 25, zeigen: Neben Landschaftsbildern kommen den Menschen beim Gedanken an ihr Rheinland-Pfalz Begriffe wie Geselligkeit, Offen-

Abb. 2 **Wie sehr verbinden Sie die folgenden Aspekte mit dem, was für Sie „Heimat" bedeutet?**

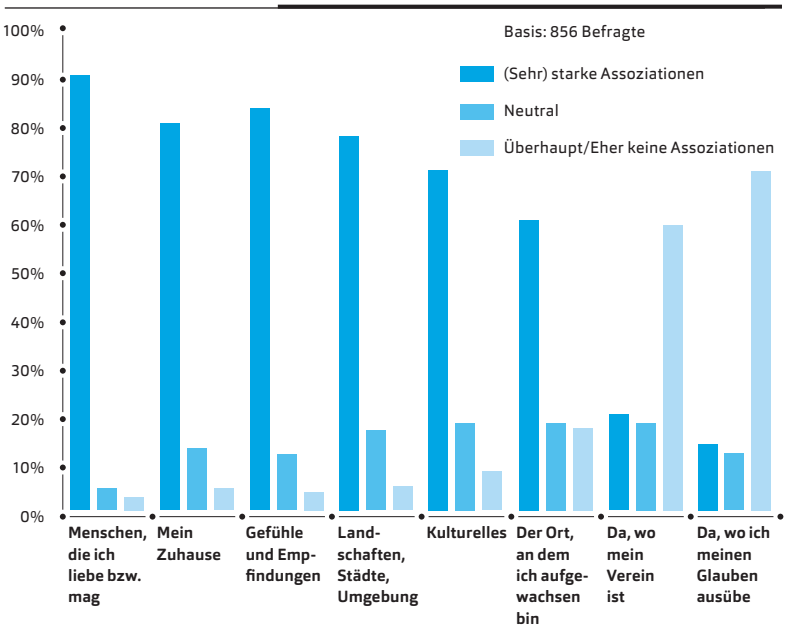
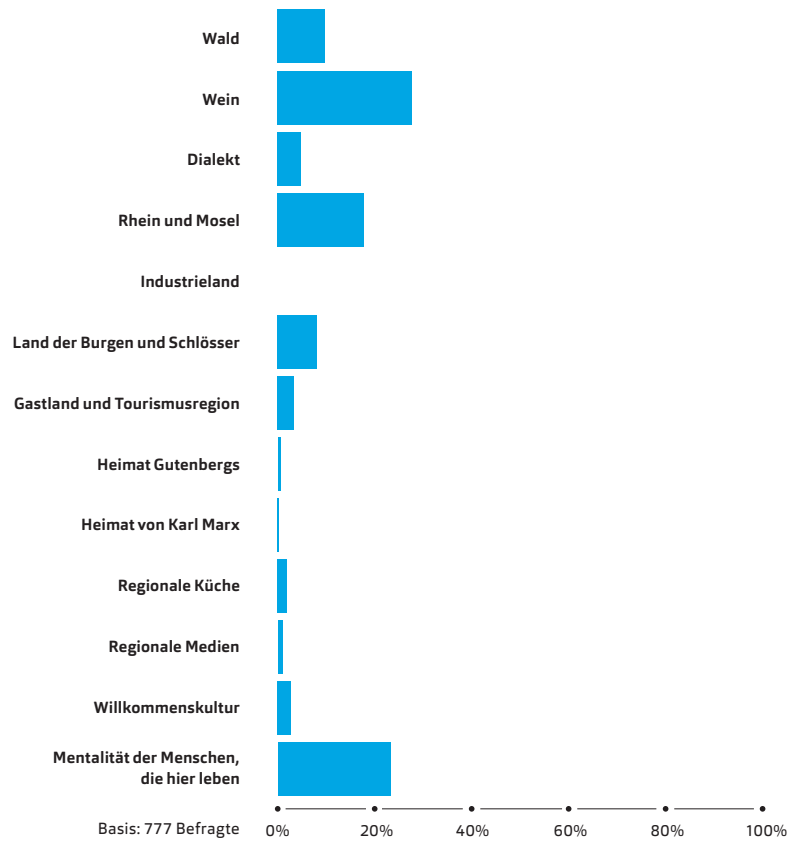


Abb. 3 **Womit verbinden Sie Rheinland-Pfalz am meisten?**

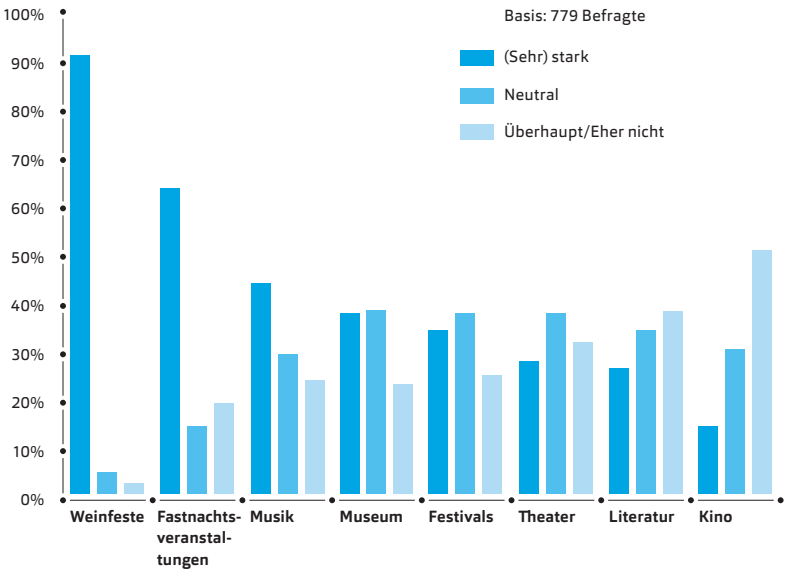


heit, Bodenständigkeit und Lebensfreude in den Sinn. 80 Prozent der Befragten schätzen die Lebensqualität in Rheinland-Pfalz als hoch ein. Rund 70 Prozent stimmten der Aussage zu, Rheinland-Pfalz sei ein offenes Land, das für Zuwanderer zu einer neuen Heimat werden könne.

Wein und Fastnacht: Kulturland Rheinland-Pfalz?

Das kulturelle Angebot in Rheinland-Pfalz ist riesig und vielfältig. Das sehen auch unsere Befragten so: Der Aussage ‚Rheinland-Pfalz ist ein Kulturland' stimmten immerhin 62 Prozent zu. Die Zahl der Museen im Land hat sich im Vergleich zum Jahr 1984 fast verdoppelt. Hinzu kommen zahlreiche Veranstaltungen, organisiert von Künstlerinnen und Künstlern, Vereinen, Stiftungen und Festivals. Leuchttürme wie das Festival des deutschen Films in Ludwigshafen, die Nibelungenfestspiele in Worms, Musik in Burgen und Schlössern und das Mosel Musikfestival haben Strahlkraft über rheinland-pfälzische Grenzen hinaus. Es überrascht angesichts dieser Vielfalt, dass Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzer laut unserer Umfrage vor allem Weinfeste (93 Prozent) und Fastnachtsveranstaltungen (65 Prozent) mit Rheinland-Pfalz verbinden. Theater, Literatur und Film werden hingegen kaum mit der rheinland-pfälzischen Kulturlandschaft assoziiert. So gaben 52 Prozent an, Kino überhaupt nicht mit Rheinland-Pfalz in Verbindung zu bringen (Abbildung 4). Unterschiedliche Altersgruppen nehmen das kulturelle Angebot entsprechend ihrer Interessen unterschiedlich stark wahr: Je älter die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind, desto eher bringen sie die Angebote Theater, Festivals, Museum, Musik und Literatur mit Rheinland-Pfalz in Verbindung. Jüngere Teilnehmerinnen und Teilnehmer hingegen verbinden eher Weinfeste, Kino und Fastnachtsveranstaltungen mit Rheinland-Pfalz.

Abb. 4 **Wie stark verbinden Sie folgende kulturelle Angebote mit Rheinland-Pfalz?**



Bei der Frage, welche kulturellen Angebote am meisten fehlen, wurde an erster Stelle Theater genannt, vor allem in eher ländlichen Regionen. Weitere, nach Meinung unserer Teilnehmerinnen und Teilnehmer ausbaufähige Angebote sind zeitgenössische Kunst, Konzerte, Musicals und auch die Filmförderung. Die dritthäufigste Antwort ist immerhin: nichts.

Zusammenfassung

Wohlgemerkt: Die Ergebnisse unserer Umfrage bilden nicht die Meinungen aller in Rheinland-Pfalz lebenden Menschen ab, sondern derjenigen, die sich an der Umfrage freiwillig beteiligt haben. Dabei lassen sich durchaus Trends erkennen, die uns spannende Einblicke in Themen geben, die uns alle betreffen: Heimat, Identität und Kultur.

Für die Mehrzahl der Befragten ist Rheinland-Pfalz ihre Heimat. Für viele ist zudem die regionale Zugehörigkeit wichtig. Ob Westerwald, Rheinhessen oder Hunsrück: Rheinland-Pfalz scheint nicht gleich Rheinland-Pfalz zu sein. Regional bilden sich offensichtlich verschiedene rheinland-pfälzische Identitäten aus.

Denken unsere Befragten an Rheinland-Pfalz, kommen ihnen Landschaftsbilder in den Sinn: Wein, Rhein und Mosel sowie Wald zählen zu den meistgenannten Begriffen. Weinfeste und die Fastnacht sind für die befragten Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzer die kulturellen Ereignisse, die sie am meisten mit ihrer Heimat verbinden. Das passt auch zu einem weiteren Ergebnis: Die Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzer sind gesellig, offen und bodenständig. Und lebensfroh. Ein schönes Fazit. ■

Was ist typisch Rheinland-Pfalz?

Abgebildet sind die Begriffe, die von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern unserer Umfrage besonders häufig genannt wurden.
Es gilt: je größer der Begriff, desto häufiger wurde er genannt.





om Rhein. Von der großen Völkermühle. Von der Kelter Europas! […]

Die Besten der Welt! Und warum? Weil sich die Völker dort vermischt haben. Vermischt – wie die Wasser aus Quellen und Bächen und Flüssen, damit sie zu einem großen, lebendigen Strom zusammenrinnen.

Carl Zuckmayer: Des Teufels General

Kultur wächst

29 **Komm, ich erzähl' dir von Rheinhessen**
Volker Gallé

32 **Kulturelles Erbe: Profil für ein politisches Kunstgebilde**
Ingeborg Hoffstadt

35 **200 Jahre Karl Marx – Große Landesausstellung 2018 in Trier**
Dr. Rainer Auts

38 **Weltkulturerbe römischer Limes – Ansätze zur Förderung des Kulturtourismus**
Dr. Franz Schafranski

41 **Das Gedächtnis der Demokratie: Gedenkkultur in Rheinland-Pfalz**
Wolfgang Faller

44 **Von großer Vielfalt und Schönheit – Aufbruch im Oberen Mittelrheintal**
Nadya König-Lehrmann

47 **Basaltgrau und Kobaltblau – Industriekultur im Westerwald**
Tatjana Steindorf

Komm, ich erzähl' dir von Rheinhessen

Volker Gallé
Kulturkoordinator der Stadt Worms und Sprecher des Arbeitskreises Rheinhessen Kultur

Wenn sich einer auskennt im Land der ‚Hiwwel', dann ist es der Liedermacher, Historiker, Kulturkoordinator, Autor – und Rheinhesse – Volker Gallé. Er prägt und bereichert seit Jahrzehnten die rheinhessische Kultur, indem er sie besingt und bedichtet. Für seinen Einsatz für die regionale Kultur wurde er 2015 mit dem Bundesverdienstkreuz des Verdienstordens ausgezeichnet. Wir freuen uns, auf der folgenden Seite eines seiner Gedichte abdrucken zu dürfen.

Der gebürtige Alzeyer hat in der regionalen Geschichte geforscht und beschreibt immer wieder die besondere Mentalität der Menschen. Für uns hat er einen Teil seines geballten Wissens aufgeschrieben und lässt uns teilhaben an den Feierlichkeiten des 200. Geburtstags der Region im vergangenen Jahr.

Im Zuge des Wiener Kongresses entstand Rheinhessen 1816 als räumlicher Organisationsrahmen und kurz danach als regionaler Begriff. Das Großherzogtum Hessen-Darmstadt erhielt den nördlichen Teil des zuvor fast zwanzig Jahre lang französischen Departements Donnersberg zum Ausgleich für den Verlust Westfalens, das Preußen zugesprochen wurde. Der Großherzog übernahm den kurpfälzischen Begriff ‚bei Rhein' in seinen Titel und benannte den neuen linksrheinischen Landesteil dementsprechend Rhein-Hessen. Im Laufe der Geschichte ist der Name zu ‚Rheinhessen' (Betonung auf der vorletzten Silbe) zusammen gewachsen.

Nach 1945 wurde die Region dem neuen Land Rheinland-Pfalz zugeordnet. Bei der Abstimmung über die Landesverfassung 1947 votierten die Menschen in Rheinhessen mit 52,4 Prozent dagegen, vor allem wegen des Schulartikels, über den auf Betreiben der katholischen Kirche wieder Bekenntnisschulen eingeführt werden sollten. Gegen diesen Schulartikel stimmten sogar 67 Prozent. Hintergrund war der jahrhundertealte Umgang mit multikonfessionellen Gemeinschaften in den Ortsgemeinden und die aus dem bürgerlichen Politik- und Rechtsverständnis des Code civil folgende flächenhafte Säkularisierung des Bildungswesens. In einem von der Landesregierung über fast zwanzig Jahre hinausgezögerten Volksentscheid über die Zugehörigkeit zu Hessen stimmten im Januar 1975 drei Viertel der Menschen in Rheinhessen jedoch für den Verbleib in Rheinland-Pfalz. In dieser vorangegangenen Gewöhnungs- und Kennenlernphase kamen den Rheinhessinnen und Rheinhessen ihre jahrhundertelang eingeübte Anpassungsfähigkeit an politische Verhältnisse, die gewonnene Bedeutung von Mainz als Landeshauptstadt und die kulturelle Nähe zur Pfalz, zum Mittelrhein und Naheraum zu Gute und halfen neben der rheinhessischen auch eine pfälzische Identität zu entwickeln.

Identität ist eine Frage der Mentalität

Identität kann als bewusste Selbstzuschreibung verstanden werden, die ihren regionalen Ausdruck in institutionellen Strukturen und diskursiv vereinbarten Narrativen findet. Sie fußt auf dem Mentalitätspotenzial einer Region, also historisch gewachsenen und kulturell geformten Denk- und Handlungseigenschaften. Die rheinhessische Mentalität ist vor allem beeinflusst durch die Vielfalt an unterschiedlich großen und gestalteten Territorien und deren Beziehung untereinander am Rhein – als eine der wichtigsten, europäisch offenen Handelsstraßen. Daraus resultieren soziale Erfahrungen wie sie Zuckmayer als ‚Völkermühle' beschreibt, die zu einer pragmatischen Problemlösungskompetenz verhelfen. Als Ventil für die darin auch notwendige Abgrenzung dienen Spott und Witz.

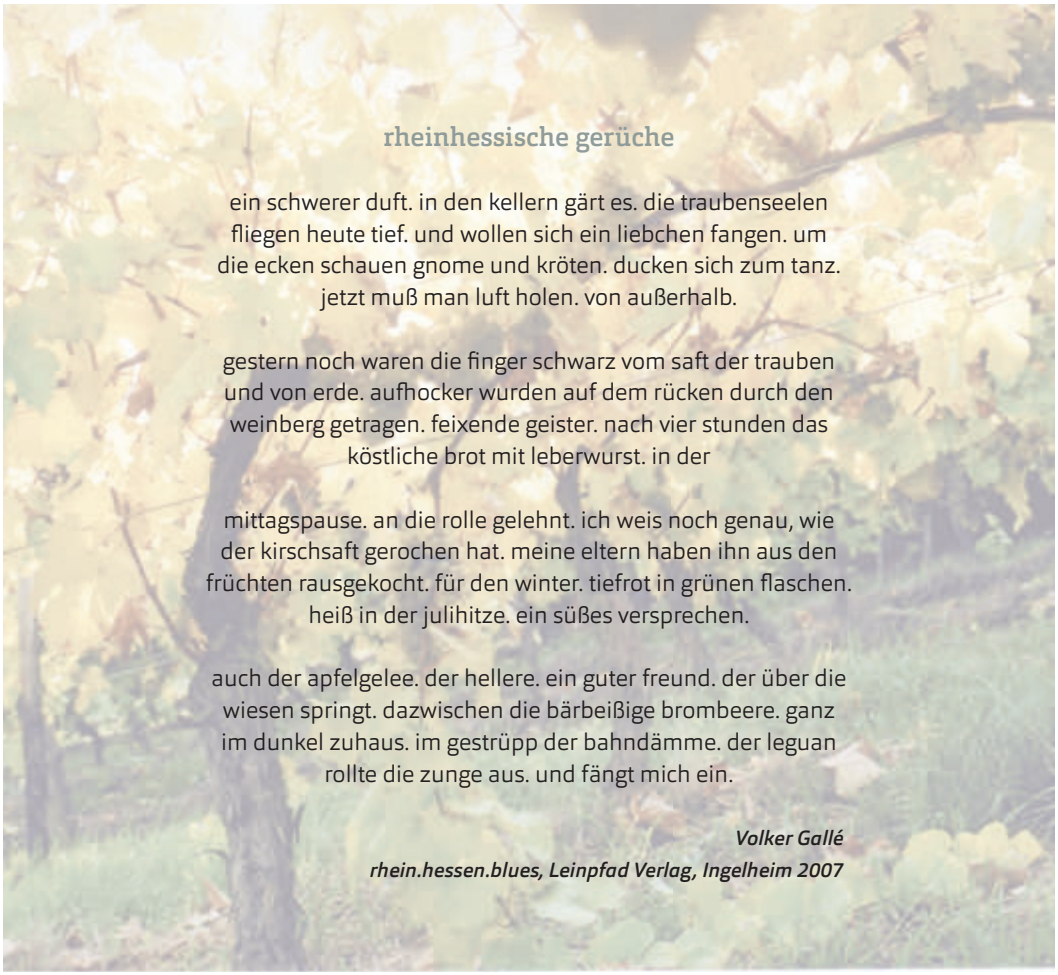
Dem bürgerlichen Rechtsverständnis von Gleichheit ist die hier seit Jahrhunderten geübte Realerbteilung entgegengekommen. Die politische, rechtliche und ökonomische Modernisierung aus der französischen Zeit hat Selbstverständnis und Alltagskultur geprägt und sich auch in Zeiten politischer Anpassung nach der Niederlage der Demokratinnen und Demokraten 1849 und der Dominierung durch den preußischen Obrigkeitsstaat nach 1871 erhalten. Sie hat sich kulturalisiert, unter anderem im besonderen Brauch der regionalen Fastnacht, die in den 1830er Jah-

ren in Opposition zur preußisch-österreichischen Restauration entstanden ist.

Zum Geburtstag ganz schön anders

2016 war ein besonderes Jahr für Rheinhessen: Seine Gründung jährte sich zum 200. Mal. Zu diesem Geburtstag hat die Identitätsbildung in der Region mit rund 600 Veranstaltungen, einer starken internen Vernetzung und der Marketingkampagne ‚Ganz schön anders' einen ungeheuren Schub erhalten. Anlässlich des Jubiläums wurde die organisatorische und diskursive Vernetzung einzelner Initiativen gefördert. Während die demokratischen Bezirksstrukturen Rheinhessens, die auch Träger von Kulturinstitutionen hätten werden können, von hessischer Seite unterlaufen oder aufgelöst wurden und man sich daher stärker kommunal orientieren musste, haben sich beispielsweise in der Pfalz die Bezirksstrukturen des frühen 19. Jahrhunderts erhalten und tragen Institutionen wie das Historische Museum in Speyer oder das Pfalztheater. Damit hängt auch zusammen, dass die volkskundliche Beschäftigung mit Rheinhessen spät eingesetzt hat. Während in der Pfalz beispielsweise bereits 1857 Wilhelm Heinrich Riehls prägendes Buch ‚Die Pfälzer' erscheinen konnte, veröffentlichte Wilhelm Hofmann seine ‚Rheinhessische Volkskunde' erst 1932, also 75 Jahre später.

Der 1945 erneut gebildete Regierungsbezirk Rheinhessen mit Sitz in Mainz wurde 1968 mit der Pfalz zusammengelegt, der Sitz wechselte nach Neustadt. Im Jahr 2000 wurden alle Regierungsbezirke in Rheinland-Pfalz aufgelöst und damit regional gewachsene Strukturen von der Landespolitik zerschlagen. Da es in Rheinhessen – anders als in der Pfalz – keine alternativen Bezirksstrukturen gab, orientierte sich die Kultur an



rheinhessische gerüche

ein schwerer duft. in den kellern gärt es. die traubenseelen
fliegen heute tief. und wollen sich ein liebchen fangen. um
die ecken schauen gnome und kröten. ducken sich zum tanz.
jetzt muß man luft holen. von außerhalb.

gestern noch waren die finger schwarz vom saft der trauben
und von erde. aufhocker wurden auf dem rücken durch den
weinberg getragen. feixende geister. nach vier stunden das
köstliche brot mit leberwurst. in der

mittagspause. an die rolle gelehnt. ich weis noch genau, wie
der kirschsaft gerochen hat. meine eltern haben ihn aus den
früchten rausgekocht. für den winter. tiefrot in grünen flaschen.
heiß in der julihitze. ein süßes versprechen.

auch der apfelgelee. der hellere. ein guter freund. der über die
wiesen springt. dazwischen die bärbeißige brombeere. ganz
im dunkel zuhaus. im gestrüpp der bahndämme. der leguan
rollte die zunge aus. und fängt mich ein.

Volker Gallé
rhein.hessen.blues, Leinpfad Verlag, Ingelheim 2007

kommunalen Strukturen und es bildeten sich Interessengruppen und -verbände. Bereits 1961 wurde der Verein Rheinhessenwein gegründet, 1987 die Rheinhessen Touristik GmbH, 2000 der Verein Rheinhessen Marketing und 2005 die Arbeitsgruppe Rheinhessen Kultur. Mit letzterem entstanden erste Überlegungen zur 200-Jahr-Feier.

Einen Marketingimpuls setzte 2005 die Studie ‚Erlebnis Weinkulturlandschaft', aus der eine Steuerungsgruppe entstand, in der die vier oben genannten regionalen Organisationen und das Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) in Oppenheim zusammenarbeiten. Im Vorstand von Rheinhessen Marketing, dem Träger des Jubiläums 2016, stimmen sich die genannten regionalen Organisationen, HWK und IHK, die beiden Landkreise Mainz-Bingen und Alzey-Worms und die beiden kreisfreien Städte Mainz und Worms, Verbände wie die Landfrauen und Vertreter von regionalen Unternehmen miteinander ab. Das Jubiläumsnetzwerk konnte entstehen, weil es zum einen eine stark aus der Wirtschaft geförderte Koordination und Kommunikation nach innen und außen über ein hauptamtliches Projektbüro gab und zum anderen begeistertes Engagement von Initiativen und Ortsgemeinden, das sich durch zahlreiche Veranstaltungen ausdrückte. Beispielhaft stehen dafür die beiden kulturellen Netzwerke der Museen und die Aktion ‚Rheinhessen Tag für Tag', an der sich rund drei Viertel der Ortsgemeinden und Stadtteile mit zusätzlichen Kulturveranstaltungen beteiligten.

Selbstfindung auf rheinhessisch

Ein erster Schritt zur Formung regionaler Narrative war ein 2013 vom Institut der Kulturanthropologie der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durchgeführtes LEADER-Projekt mit den Kultur- und Weinbotschaftern Rheinhessens, bei dem nach typischen Zuschreibungen und Geschichten aus der regionalen ‚Oral History'[1] gefragt worden war. Die Multiplikatoren in den Ortsgemeinden, die als Gästeführerinnen und -führer erzählgewohnt waren, beziehungsweise örtliche Erzähler kannten, konstatierten als Eigenschaften: Vielfalt, Kleingliedrigkeit, Weltoffenheit, Traditionsorientierung, Gastfreundlichkeit und Geselligkeit. Man sei nicht immer tiefgründig, dafür kontaktfreudig. Dies belegen zahlreiche erzählte Beispiele. Storytelling (deutsch: Geschichten erzählen) wird mittlerweile in einigen Regionen wie zum Beispiel Südtirol als Marketinginstrument eingesetzt. Zum einen der Authentizität wegen, zum anderen weil Menschen durch Erzählungen besser verstehen. Das sind ureigene Fähigkeiten und Aufgaben der Kultur.

Kultur und Tourismus sind sich im Rahmen des Jubiläumsjahres näher gekommen. Die Tourismusstrategie des Landes setzt noch immer Kultur als Basis für Wandern, Radfahren und Weingenuss voraus und fasst sie nicht gezielt und fördernd ins Auge. Die Erfahrungen in Rheinhessen und neuere Studien zeigen: Vor allem in der kulinarisch orientierten Zielgruppe spielt Kultur als Alltagskultur in Form von Angeboten wie Theater, Konzerten und Ausstellungen eine wichtige Rolle. Dies gilt auch für die mehr an Natur und Bewegung orientierten Zielgruppen, beispielsweise indem Denkmäler Zielpunkte von Wanderungen sind. Umgekehrt arbeiten kulturelle Institutionen daran, frühzeitig vermarktbare Angebote für den Tourismus zu entwickeln, sowohl mit Blick auf den Tagestourismus, der aus der Region selbst und ihren Nachbarregionen kommt, als auch mit Blick auf Kurzurlaube und Kulturtourismus im engeren Sinne. Letzteres ist nur mit Veranstaltungen überregionaler Reichweite wie etwa den Nibelungenfestspielen in Worms möglich.

Was kommt nach dem Jubiläum?

In der Evaluation des Jubiläums in den Gremien müssen Wege gefunden werden, um die stärker gewordene Vernetzung zwischen regionalen wie lokalen Akteuren durch Professionalisierung zu verstetigen, die Funktionen der einzelnen Netzwerkplattformen zu definieren und sie stärker miteinander zu vernetzen sowie die Dachmarke zu stärken. Hierfür sollte die Jubiläumskampagne in ein Gesamtkonzept integriert werden, das mittelfristig nicht nur erzählt, dass es Rheinhessen gibt und wo es liegt sowie die Andersartigkeit betont, sondern glaubwürdig erzählen kann, was diese Region ausmacht. Diese Identitätsbildung ist dann am wirksamsten, wenn sie nicht nur mit Bild- und Wortmarken arbeitet, sondern mit Narrativen, die von den einzelnen Akteuren in weitgehender Übereinstimmung und dennoch beispielhaft wiederholt erzählt werden. ■

Mehr über Volker Gallé und sein Wirken in Worms erfahren Sie im Interview ab Seite 111.

[1] Oral History ist eine Methode der Geschichtswissenschaft, die auf dem Sprechenlassen von Zeitzeugen basiert. Dabei sollen die Zeitzeugen möglichst wenig vom Historiker beeinflusst werden.

Kulturelles Erbe: Profil für ein politisches Kunstgebilde

Ingeborg Hoffstadt
Leiterin Zentrale Verwaltung und Marketing der Generaldirektion Kulturelles Erbe (GDKE) Rheinland-Pfalz

Aus Sicht der Europäischen Union sind Rheinland-Pfalz und die weiteren 15 Länder der Bundesrepublik Deutschland Regionen. Unabhängig von politischen Kompetenzen im Einzelnen orientiert sie ihre Regionalpolitik ganz pragmatisch an der administrativen Gliederung der Mitgliedstaaten. Nach der EU-Systematik für statistische Erhebungen der Gebietskörperschaften liegt Rheinland-Pfalz auf der gleichen Ebene wie die italienische Regionalgruppe Toskana, Marken, Latium und Umbrien.[1] Eine durchaus charmante Vergleichsebene. Während die meisten europäischen Staaten in der Kulturpolitik mehr oder weniger zentralstaatliche Regelungen aufweisen, liegt die souveräne Kulturhoheit in Deutschland jedoch bei den Ländern.

HISTCAPE: Oberwesel im europäischen Kontext

Ungeachtet solcher Unterschiede gelang es zwölf europäischen Partnern und Regionen zwischen 2012 und 2014 im HISTCAPE (Historical assets and related landscape)-Projekt konstruktiv zusammenzuarbeiten. Die verschiedenen Partner sind über die ganze Europäische Union verteilt: Deutschland mit Rheinland-Pfalz, Estland (Saaremaa), Griechenland (Westmakedonien), Großbritannien (Heritage Europe – The European Association of Historic Towns and Regions), Italien (Regione Marche), Lettland (Vidzeme), Litauen (Alytus Distrikt), Österreich (Steiermark), Portugal (Nord-Portugal), Slowenien (Universität Ljubljana) und Spanien (Castilla y León, Tecnalia Research & Innovation). Während der Projektphase war es ihre Aufgabe, gute Beispiele zu identifizieren und anhand dieser positiven Erfahrungen Handlungsempfehlungen und neue Instrumente zu erarbeiten. Zudem wurden die erarbeiteten Handlungsempfehlungen einem weiteren Praxistest unterzogen.

Das gute Beispiel aus Rheinland-Pfalz ist die Kleinstadt Oberwesel im Oberen Mittelrheintal: Das Obere Mittelrheintal wurde 2002 in das Weltkulturerbe aufgenommen (siehe dazu auch den Beitrag ab Seite 44). Es ist ein beliebter Anlaufpunkt für Touristen. Trotz enger Zusammenarbeit stehen die einzelnen Städte und Dörfer in direkter Konkurrenz um diesen touristischen Zulauf, sind von dessen finanziellen Gewinnen abhängig, verlieren gleichzeitig jedoch jene Menschen, die dort leben und arbeiten wollen. Größte Herausforderung Oberwesels ist es somit, einerseits weiterhin attraktiv für Touristen zu bleiben, indem es mit innovativen Ideen auf neue Bedarfe reagiert und Bestandserhalt betreibt. Andererseits muss es dem Bevölkerungsrückgang und dem Leerstand insbesondere im Innenstadtbereich durch Anreize für junge Familien entgegenwirken und Dienstleistungen zur Versorgung der älteren Bevölkerung aufbauen. Gerade der Leerstand wirkt sich negativ auf das Gesamtbild der Kleinstadt und somit auf die Attraktivität für Touristen aus. Im Zuge einer bewussten Bestandsaufnahme wurde innerhalb eines Masterplan-Prozesses beschlossen, diese Herausforderungen gemeinsam mit vier weiteren Gemeinden im Umfeld anzugehen, um Kräfte zu bündeln und Kosten zu teilen. In die Zusammenarbeit wurden die verschiedensten Beteiligten, so auch die Bewohnerinnen und Bewohner, eingeschlossen. So wurde ein großer Spielraum an Lösungsmöglichkeiten eröffnet und die lokalen und regionalen Identitäten durch den angestoßenen Prozess gestärkt.

Kulturelles Erbe als Baustein der Entwicklung

Als übereinstimmende Regel des Gesamtprojekts ließ sich erkennen: Je stärker die regionale Identifikation mit dem kulturellen Erbe gelebt wird, desto positiver zeigt sich die Entwicklungsdynamik einer Region. Integrierte Konzepte, die das kulturelle Erbe als einen wichtigen Baustein von Entwicklung verstehen, wurden als besonders erfolgreich bewertet. Kooperation statt Isolation, Interdisziplinarität und die Verbindung verschiedener Ansätze sowie das Nutzen vorhandener Potenziale wie das Engagement der Bevölkerung sind weitere erfolgsversprechende Aspekte.[2] Kritische Stimmen warnen jedoch aus gutem Grund davor, das kulturelle Erbe auf eine reine Materialsammlung für die Identitätsproduktion oder auf ein reines Marketinginstrument zu verkürzen.[3]

[1] Vgl. NUTS 1-Kategorie (NUTS: Nomenclature des unités territorial statistique); vgl. Europäische Kommission (o. J.): eurostat: NUTS – Systematik der Gebietseinheiten für die Statistik. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/de/web/nuts/statistics-illustrated [13.02.2017].

[2] Vgl. Europäische Union, Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (o.J.): HISTCAPE. URL: www.histcape.eu [13.02.2017].

[3] Vgl. Küster, Thomas (2008): ‚Regionale Identität' aus der Perspektive der Landes- und Regionalgeschichte. S. 21f. URL: www.kulturregionen.org/2008_symposium/02_kuester.pdf [13.02.2017].



Ein kulturelles Juwel am Rhein: Innerhalb der historischen Stadtmauer umfasst die Denkmalzone Oberwesel die Kernstadt von der Liebfrauenkirche im Süden bis zum Koblenzer Torturm im Norden.

Rheinland-Pfalz ist ein gutes Beispiel dafür, wie ein seriöser Weg aussehen kann. Unsere Region liegt im Herzen Europas mit Grenzen zu Frankreich, Luxemburg und Belgien. Rheinland-Pfalz entstand 1947 als Kunstgebilde durch die Militärverordnung Nummer 57 der französischen Besatzungsmacht. Lange Zeit schien eine regionale Identität fast unmöglich, da in den einzelnen Landesteilen historische Raumbezüge deutlich über die Landesgrenzen hinaus wirkten. Die Großregion und die Oberrheinregion sind gute Beispiele dieser gewachsenen räumlichen Verbundenheit.[4] Doch Rheinland-Pfalz definiert sich auch als europäisches Kernland und hat sich durch die Bewahrung und Entwicklung seines Kulturerbes konsequent ein ganz eigenes Profil erarbeitet. Die bedeutenden Kultur- und Naturlandschaften und vor allem die vier UNESCO-Welterbestätten haben erheblich zur Identitätsbildung beigetragen. Land, kommunale Ebene,

[4] Vgl. Landesregierung Rheinland-Pfalz (o.J.): Grenzüberschreitende Zusammenarbeit: Grenzen überwinden, Chancen nutzen. URL: www.rlp.de/fr/unser-land/grenzueberschreitende-zusammenarbeit/ [13.02.2017].

Die Generaldirektion Kulturelles Erbe (GDKE) Rheinland-Pfalz

... ist die Denkmalfachbehörde des Landes. Unter ihrem Dach arbeiten sechs Direktionen: Landesarchäologie; Landesdenkmalpflege; Burgen, Schlösser, Altertümer; Landesmuseum Mainz; Rheinisches Landesmuseum Trier und Landesmuseum Koblenz. Sie beschäftigt rund 360 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hauptstandorte sind Mainz, Koblenz, Trier und Speyer. Sie ist eine obere Landesbehörde und direkt dem Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur nachgeordnet. Die GDKE Rheinland-Pfalz trägt direkte Verantwortung für bedeutende Kulturdenkmäler des Landes. Allein auf der Festung Ehrenbreitstein in Koblenz konnten durch eine neue konzeptionelle Ausrichtung die jährlichen Besucherzahlen auf rund 600.000 gesteigert werden; ein erheblicher Beitrag für die Weiterentwicklung der gesamten Region.

kirchliche Träger und viele tausende Privateigentümer sorgen nicht nur dafür, dass das Kulturerbe unserer Region bewahrt bleibt. Von Erhaltungsmaßnahmen profitiert vor allem das qualifizierte Handwerk. Zudem sind rund 190.000 Arbeitsplätze direkt mit dem Tourismus verbunden. Die gemeinsamen Anstrengungen entfalten nun ihre Wirkung. Auch das schafft Identität.

Gemeinsamer Blick, viele Ansichten

Mit der Generaldirektion Kulturelles Erbe (GDKE) Rheinland-Pfalz hat das Land 2007/2008 folgerichtig eine Einrichtung geschaffen, die das Bewusstsein für die großartigen Geschichtszeugnisse unserer Region weiter stärken soll. Sie soll mit dazu beitragen, dass der erhebliche Beitrag des Kulturerbes zur positiven Entwicklung unserer Region(en) erkannt und auch in Zukunft gewürdigt wird. Die GDKE Rheinland-Pfalz verfolgt dabei ein flexibles Regionalkonzept, das Landkreise, Städte, Gemeinden, Denkmaleigentümer, Initiativen und Vereine einbezieht. Bei ihren Vorhaben kann die lokale Bedeutung eines Denkmals ebenso in den Blickpunkt rücken wie ein historisches Thema, das Regional- oder Staatsgrenzen überschreitet und die europäische Dimension unseres Kulturerbes sichtbar macht. Drei Beispiele sollen dies illustrieren:

- Das Stauferjahr 2010 erzählte von der Dynamik einer mittelalterlichen Region, die sich von Italien bis in die heutigen Länder Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Hessen erstreckte.
- Die Ausstellung zum Wirken der Wittelsbacher stellte 2013 wiederum den Kunstsinn und die Kulturpflege der bayerischen Könige in der Pfalz in den Mittelpunkt.
- 2015 stand hingegen die kritische Auseinandersetzung mit den Wechselwirkungen zwischen dem preußischen Berlin und dem Rheinland im Zentrum.

Sieht man die Identität einer Region als „eine Art Vereinbarung über den eigenen Wert“ an, so kann das kulturelle Erbe eine erhebliche Bewusstseinsbildung in Gang setzen.[5] Kultur und regionale Identität: Das meint vor allem eine allen Bevölkerungsschichten und gesellschaftlichen Gruppen zugängliche dialogorientierte Weise der Identitätsfindung, die einen gemeinsamen Blick sucht, aber viele Ansichten zulässt. ■

[5] Vgl. Küster, Thomas (2008). S. 9.

200 Jahre Karl Marx – Große Landesausstellung 2018 in Trier

Dr. Rainer Auts
Geschäftsführer der Karl Marx 2018 – Ausstellungsgesellschaft mbH in Trier

Am 5. Mai 2018 jährt sich zum 200. Mal der Geburtstag des in Trier geborenen, weltberühmten politischen Denkers Karl Marx (1818 – 1883). Zu diesem Anlass planen das Land Rheinland-Pfalz und die Stadt Trier ein umfangreiches Jubiläumsprogramm. Kernstück ist eine große Landesausstellung über Leben und Werk von Karl Marx, die im Rheinischen Landesmuseum Trier sowie im Stadtmuseum Simeonstift Trier zu sehen sein wird. Für die Realisierung der Ausstellung und des dazugehörigen künstlerisch-kulturellen Rahmenprogramms haben das Land Rheinland-Pfalz und die Stadt Trier im Jahr 2015 die Karl Marx 2018 – Ausstellungsgesellschaft mbH gegründet.

Historische Jubiläen erfüllen im Rahmen des kulturellen Gedächtnisses einer Gesellschaft verschiedene Funktionen. Sie dienen der Traditionsversicherung, der öffentlichen Selbstverständigung und der Identitätsstiftung. Die geplante Ausstellung beleuchtet, den Stationen des Lebens von Marx folgend, die Geschichte Mittel- und Zentraleuropas im 19. Jahrhundert und zeigt Marx in den zeitgenössischen Diskursen. Parallelen zwischen seiner Zeit, die geprägt war durch die industrielle Revolution sowie das Streben nach Freiheit und Gleichheit, und der Gegenwart, dem 21. Jahrhundert mit seinen Herausforderungen, werden immer wieder zu ziehen und zu erklären sein.

Denker in seiner Zeit

Durch seine ideologische Inanspruchnahme im 20. Jahrhundert ist bei vielen Menschen die Vorstellung von Karl Marx vorgeprägt. Meist verbinden sie ihn mit der Politik der Staaten des ehemaligen Ostblocks, mit der Sowjetunion und der DDR, die Karl Marx als einen ihrer Staatsideologen vereinnahmten. Auch für die Region wird man von einem ambivalenten Verhältnis zum berühmtesten Sohn der Stadt Trier ausgehen müssen: Selbst wenn die meisten Triererinnen und Trierer wissen, dass einer der bedeutendsten Philosophen und politischen Denker des 19. Jahrhunderts hier geboren und aufgewachsen ist, erschwert seine Instrumentalisierung im 20. Jahrhundert weiterhin eine unvoreingenommene Würdigung von Leben und Werk.

Wie in öffentlichen Diskussionen immer wieder deutlich wird, ist der Umgang mit dem Thema Karl Marx wegen der geschilderten verzerrten Wahrnehmung nach wie vor schwierig. Aus diesem Grund möchte die Ausstellung anlässlich seines 200. Geburtstags Karl Marx ‚historisieren' und so einen unverstellten Blick auf sein Leben und sein Werk ermöglichen. Die Ausstellung wird ihn deshalb als politischen Denker in seiner Zeit zeigen. Dazu gehören die Einflüsse, die Marx geprägt haben, aber auch die Impulse, die von ihm ausgingen. Zugleich sollen die Herausforderungen der damaligen Zeit, insbesondere die Industrialisierung und die sogenannte soziale Frage, die gedanklichen Voraussetzungen für das Werk von Marx verdeutlichen.

Die Ausstellung setzt auf hochwertige Exponate, um die faszinierende, vielschichtige Welt des 19. Jahrhunderts und ihre Dynamik zu veranschaulichen. Hier wird es unter anderem um technischen Fortschritt gehen, Repräsentationsformen der bürgerlichen Gesellschaft, aber auch um Arbeitsbedingungen, Armut und Not. Eingebettet in dieses Epochenbild präsentiert die Ausstellung die unterschiedlichen Lebensstationen von Karl Marx, seine Familie, seine Freunde und politischen Weggefährten sowie seine Gegner. Selbstverständlich wird auch sein vielfältiges wissenschaftliches Werk breiten Raum einnehmen. Vor allem wird es dabei darauf ankommen, seine Ideen zu vermitteln: Sei es in Form von thematisch passenden Kunstwerken oder in Form eigens zu gestaltender multimedialer und interaktiver Exponate.

Auf diese Weise wollen wir zeigen, welche seiner Gedanken bahnbrechend waren und bis heute von bemerkenswerter Beispiel-



haftigkeit sind. Eine wesentliche Grundlage dafür liefert unter anderem die historisch-kritische Marx-Engels-Gesamtausgabe (MEGA), deren Editionsarbeiten von der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften koordiniert werden. Und diese vermittelt ein anderes Marx-Bild als das bislang gewohnte, denn sein wissenschaftliches Werk war weder abgeschlossen noch stellte es ein kohärentes System dar. Anders als es Legenden und die politische Inanspruchnahme suggerierten, blieb es in zentralen Teilen fragmentarisch.

Trier und die Mosel-Region als Erinnerungsort

Die Stadt Trier ist in mehrfacher Hinsicht der ideale Ort für eine kritische Würdigung von Karl Marx' Leben und Werk. Zugleich erhöhen die Aktivitäten des Jubiläumsjahrs die Bereitschaft der Bürgerinnen und Bürger in Trier und der Region, sich stärker als bisher mit seiner Person zu identifizieren. Trier ist ein authentischer Erinnerungsort: Marx ist hier geboren und aufgewachsen. Insgesamt hat er 17 Jahre an der Mosel verbracht, bevor er zum Studium nach Bonn ging.

Die Region hat Karl Marx auch später als Redakteur der Kölner Rheinischen Zeitung für Politik, Handel und Gewerbe beschäftigt. In seinen Artikeln über das Holzdiebstahlgesetz (1842) und die Situation der Moselwinzer (1843) thematisiert er soziale Missstände, kritisiert die preußische Wirtschaftspolitik und fordert die Abschaffung der staatlichen Zensur.

Karl Marx ist ein weltbekannter Wissenschaftler und politischer Denker. Sein wissenschaftliches Werk nimmt im kulturellen Gedächtnis der Menschheit einen hohen Stellenwert ein. 2013 wurden zwei seiner Schriften in das Weltdokumentenerbe der UNESCO aufgenommen: Das ‚Manifest der Kommunistischen Partei' (1847/48) sowie der erste Band von ‚Das Kapital' (1867).



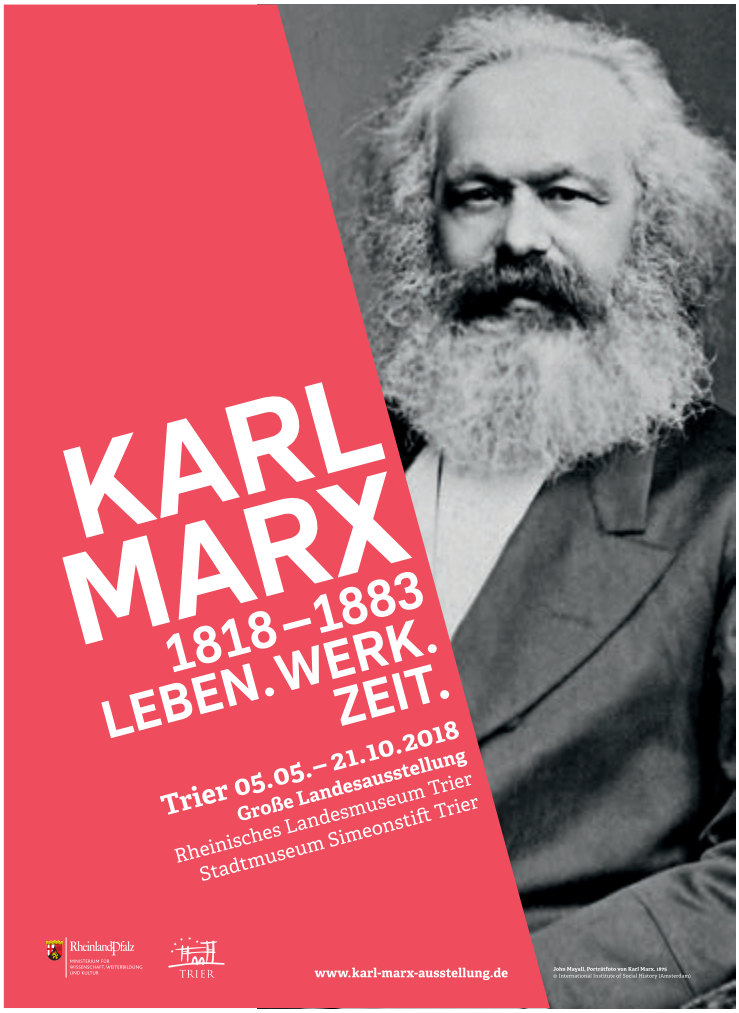
Viele aktuelle Herausforderungen sind vergleichbar mit jenen Problemen, vor denen die Gesellschaft des 19. Jahrhunderts stand; beziehungsweise sie haben ihre Wurzeln in dieser Zeit. Sie war geprägt von starker sozialer Ungleichheit, politischer Verfolgung, Migration sowie gewaltsamen Auseinandersetzungen um politische Teilhabe (Demokratisierung, Pressefreiheit). Karl Marx war als Journalist und Wissenschaftler ein genauer Beobachter dieser Prozesse. Er analysierte, warum die Verhältnisse so waren, suchte nach Gesetzmäßigkeiten in der Ökonomie sowie der Geschichte. Und er versuchte die von ihm kritisierten Zustände als politisch Handelnder in der entstehenden Arbeiterbewegung zu verändern.

Die genannten Aspekte eröffnen die Chance, die bislang im kulturellen Gedächtnis der Stadt Trier wenig präsente Geschichte des 19. Jahrhunderts stärker als bisher in den Blick der Öffentlichkeit zu rücken. Dies ist umso wünschenswerter, als die Bedeutung dieser Zeit für unsere Gegenwart immens ist. Zu denken wäre beispielsweise an die Auswirkungen der industriellen Revolution sowie die politischen Umwälzungen beginnend mit der Großen Französischen Revolution von 1789, der Zeit der Napoleonischen Kriege (bis 1815), die weiteren politischen Revolutionen (1830, 1848), die nationalen Einigungsbewegungen in Deutschland und Italien, die Expansion der Industriestaaten des Westens und des zaristischen Russlands sowie der wechselvolle Kampf um Partizipation und Demokratie.

Die soziale Frage bleibt aktuell

Begleitet wird die Landesausstellung von einem umfangreichen Jubiläumsprogramm. Mitarbeiten werden etwa die Friedrich-Ebert-Stiftung als Trägerin des Karl-Marx-Hauses, das Bistum Trier, Universität und Hochschule Trier, das Theater der Stadt, die freie Theaterszene, die Tuchfabrik Trier e. V. (TUFA), das Bildungs- und Medienzentrum Trier, die Europäische Kunstakademie Trier, die Volkshochschule, die politischen Stiftungen sowie der Deutsche Gewerkschaftsbund (DGB). Die Kirchen werden Veranstaltungen zur Wirtschaftsethik anbieten. Auch die Universität Trier und die Hochschule Trier überlegen, den zentralen Begriff der Arbeit in den Fokus gemeinsamer Veranstaltungen zu nehmen: zum Beispiel in Form einer Ringvorlesung. Themen wären unter anderem Globalisierung, Arbeitsbedingungen und die Digitalisierung der Arbeitswelt.

Diese und ähnliche Veranstaltungen schlagen damit eine Brücke vom 19. Jahrhundert in die Gegenwart und sollen nachhaltige Impulse über das Jubiläumsjahr hinaus geben. Indem sie Fragen nach der aktuellen Bedeutung von Karl Marx und seinem Werk für unsere Gesellschaft aufwerfen, werden Ausstellung und Jubiläumsprogramm gleichermaßen Wissen über die Geschichte im regionalen wie überregionalen Bereich sowie das kulturelle und wirtschaftliche Potenzial der Stadt Trier und der Region vermitteln und neue Identifikationsmöglichkeiten schaffen. ■



Weltkulturerbe römischer Limes – Ansätze zur Förderung des Kulturtourismus

Dr. Franz Schafranski
Projektleiter,
Entwicklungsagentur
Rheinland-Pfalz e. V.

Seit der Verabschiedung der Welterbekonvention der UNESCO zum Schutz des Kultur- und Naturerbes 1972 haben weltweit 1.031 Stätten den Status Weltkultur- oder Weltnaturerbe erlangt. Allein in Deutschland gibt es heute 40 Welterbestätten (Stand: Juli 2015).[1] Rheinland-Pfalz verfügt mit dem Dom zu Speyer, dem Römischen Erbe in Trier, der Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal und dem Obergermanisch-Raetischen Limes über vier Welterbestätten. Das politische Interesse an einer Auszeichnung von Stätten als Welterbe scheint ungebrochen. Nach der OECD[2] sind die treibenden Kräfte zur Entwicklung von politischen Maßnahmen im Bereich von Kultur und Tourismus neben dem Wunsch nach Stärkung und Bewahrung des kulturellen Erbes vor allem

- die wirtschaftliche Entwicklung,
- die Schaffung von Arbeitsplätzen,
- die physische und wirtschaftliche Regeneration,
- die Stärkung und/oder Diversifizierung der touristischen Angebote,
- der Erhalt der Bevölkerung,
- die externen Effekte für die lokale Wirtschaft.

Alle diese Motive spielten mehr oder weniger auch bei den politischen Bemühungen der Bundesländer Rheinland-Pfalz, Hessen, Baden-Württemberg und Bayern zur Aufnahme des Obergermanisch-Raetischen Limes in die Welterbeliste der UNESCO eine Rolle.[3] Vor allem war die Erwartung groß, mit dem Welterbetitel die touristische Entwicklung entlang des Limes zu fördern.



Am Beginn des Welterbe Limes begeistert die ‚RömerWelt' im Informationszentrum in Rheinbrohl große und kleine Besucher mit einer interaktiven Ausstellung zum Leben am Limes.

[1] Vgl. Deutsche UNESCO-Kommission (2016): Welterbeliste. URL: www.unesco.de/kultur/welterbe/welterbe-deutschland.html [13.02.2017].

[2] Vgl. OECD (2009): The Impact of Culture on Tourism, Paris. S. 2. URL: www.oecd.org/cfe/tourism/42179494.pdf [13.02.2017].

[3] Der Obergermanisch-Raetische Limes wurde 2005 Weltkulturerbe. Er ist der deutsche Teil der grenzüberschreitenden Welterbestätte ‚Grenzen des römischen Reiches' und die Erweiterung des seit 1987 in der Welterbeliste der UNESCO verzeichneten Hadrianswalls in Großbritannien; 2008 wurde diese grenzüberschreitende Welterbestätte um den Antoninuswall in Schottland erweitert.

Die Deutsche Zentrale für Tourismus geht davon aus, dass Welterbestätten besonders für internationale Gäste eine große touristische Anziehungskraft besitzen. Der Titel UNESCO-Welterbe wirke wie ein internationales Gütesiegel im Kulturtourismus, der als einer der größten und am schnellsten wachsenden globalen Tourismusmärkte gilt.[4] Nach einer im Jahr 2014 durchgeführten Studie beliefen sich die regionalwirtschaftlichen Effekte des Weltkulturerbes Völklinger Hütte insgesamt auf eine Nettowertschöpfung von 11,9 Millionen Euro und einen Beschäftigungseffekt von 393 Arbeitsplätzen im Saarland/in der Region.[5] Über die touristischen und sonstigen wirtschaftlichen Auswirkungen des Weltkulturerbes Limes in Rheinland-Pfalz gibt es bislang keine Analysen. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass das Weltkulturerbe römischer Limes eine große Chance zur Förderung des Kulturtourismus darstellt.

Entdecken und Erleben europäischer Kulturgeschichte

Der Limes ist ein herausragendes Zeugnis für die Verbreitung römischer Kultur und gemeinsamer europäischer Kulturgeschichte und deshalb sicherlich geeignet, weltweite Aufmerksamkeit zu erlangen. Er führt durch 10 europäische Länder und ist das größte Bodendenkmal Europas. Leider sind nur noch Reste des antiken Originals erhalten geblieben. Diese befinden sich vor allem im Wald. Im Vergleich zu anderen Welterbestätten ist der Limes entsprechend ein Denkmal, das erst entdeckt werden will und das in besonderer Weise in Wert gesetzt werden muss, um es zur regionalen Identitätsbildung und zur Förderung des Kulturtourismus zu nutzen.

Touristische Inwertsetzung

Zur touristischen Inwertsetzung des Limes hat das Land Rheinland-Pfalz ein Visualisierungskonzept erstellen lassen, auf dessen Grundlage 2005 bis 2011 zahlreiche Maßnahmen zusammen mit regionalen Akteuren durchgeführt wurden. Die Maßnahmen zielten darauf ab,

- die Erlebbarkeit des Limes zu erhöhen,
- das Informationsangebot zu erweitern und zu verbessern,
- die Erschließung des Limes mit Rad- und Wanderwegen attraktiver zu machen.

Insbesondere der Bau des Limes-Informationszentrums ‚RömerWelt' in Rheinbrohl und der nach vorliegenden wissenschaftlichen Erkenntnissen authentische Nachbau des Kleinkastells Pohl haben wesentlich zur Erhöhung der touristischen Attraktivität des Limes beigetragen. Weitergehende Maßnahmen zur Inwertsetzung des Limes erfolgten 2011 bis 2013 im Rahmen des europäischen Projektes LIMES (Large Scale Innovative and Mobile European Services for Culture Tourism in Rural Areas), das zusammen mit Partnern aus Bulgarien, Österreich und Deutschland durchgeführt wurde. Dabei lag der Fokus besonders auf der Nutzung neuer Kommunikations- und Informationstechnologien. Als Beispiele seien in diesem Zusammenhang genannt:

- die digitale Rekonstruktion von Limeselementen wie Wachtürmen,
- die Erstellung einer europaweiten App LIMES-Mobile, mit der anschaulich über den römischen Limes (unter anderem durch digitale Rekonstruktionen) und die touristischen Angebote am Limes informiert wird,
- die Erstellung von so genannten digitalen Museumsführern, mit denen Detailinformationen über einzelne Elemente punktueller Sehenswürdigkeiten am Limes per QR-Code zur Verfügung gestellt werden.

Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e.V.

Die Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e. V.

.... verfolgt Fragen des Zusammenlebens in Dörfern und Städten im Land. Sie sucht nach modellhaften Lösungen für das ‚Leben von Morgen' im Dorf und in der Stadt. Dabei arbeitet die Agentur in zeitlich befristeten Prototyp-Projekten mit Hochschulen, Entwicklungsbüros, Ministerien und Kommunen zusammen. Die gewonnenen Erkenntnisse stehen allen Akteuren und Interessierten in Rheinland-Pfalz zur Verfügung. Weitere Informationen: www.ea.rlp.de.

[4] Vgl. Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (2014): Jahresbericht 2014. S. 62ff. URL: www.germany.travel/media/pdf/jahresbericht_2014.pdf [13.02.17].

[5] Vgl. MSP ImpulsProjekt: ‚Regionalwirtschaftliche Effekte' UNESCO-Welterbe Völklinger Hütte. 2015. URL: www.voelklinger-huette.org/fileadmin/presse-bereich/2015/6_Juni/15_06_15_Regionalwirtschaftliche_Effekte_2014_kl.pdf [10.03.2017].



Beispiel eines digitalen Museumsführers (Entwicklung: Mar.Vis – Gesellschaft für Raummarketing Koblenz).

Bewusstseinsbildung zur touristischen Erschließung des römischen Limes

Die Chancen zu nutzen, die ein Weltkulturerbe zur Förderung des Kulturtourismus beitragen kann, setzt bei den regionalen Akteuren (Kommunen, touristischen Organisationen, Betrieben etc.) und in der Bevölkerung ein ausgeprägtes Bewusstsein über die Bedeutung des Welterbes und die Bereitschaft zum gemeinsamen Handeln voraus. Die Aktivitäten zur wirtschaftlichen Erschließung des Limes in Rheinland-Pfalz zielten in diesem Sinne darauf ab,

- über die Chancen zu informieren, die durch eine touristische Inwertsetzung und Vermarktung des Limes genutzt werden können,
- die Zusammenarbeit zwischen Kultur, Tourismus und Wirtschaft auf unterschiedlichen Handlungsebenen (unter anderem auch auf europäischer Ebene) in ihrer Bedeutung zu veranschaulichen und anzustoßen,
- die Möglichkeiten darzulegen, die sich mit neuen Informations- und Kommunikationstechnologien für die regionalwirtschaftliche Entwicklung im Allgemeinen und für die touristische Inwertsetzung und Vermarktung des Limes im Besonderen eröffnen.

Kooperationen und Netzwerkbildung zur Angebotsentwicklung und -vermarktung

Eine erfolgreiche touristische Erschließung eines Weltkulturerbes setzt voraus, dass unterschiedliche Akteure aus Kultur, Wirtschaft, Verwaltung und Tourismus kooperieren und sich vernetzen, da kulturtouristische Produkte und Dienstleistungen in der Regel ein Leistungsbündel verschiedener Träger darstellen. Vor diesem Hintergrund ging es bei der Inwertsetzung des römischen Limes in Rheinland-Pfalz darum, die Kooperation und Vernetzung der Akteure in der Region zu fördern und auf dieser Grundlage gemeinsam Produkte und Dienstleistungen für den Kulturtourismus zu entwickeln und zu vermarkten. Im Rahmen des europäischen Projektes LIMES wurden so über 30 touristische Angebote zu Kreativ-Reisen am Limes (zum Beispiel Angebote zu Kunst und Handwerk, römischer Lebensweise, Pferde und Reiten, E-Bike-Touren) und über 100 betriebliche Angebote für freies WLAN entwickelt. An der Initiative Kreativ Reisen beteiligten sich unter anderem Kommunen, Tourismusorganisationen, die Industrie- und Handelskammer Koblenz, Wirtschaftsfördergesellschaften, Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, Handwerksbetriebe und private Personen.

Die regionalwirtschaftlichen Effekte, die ein Weltkulturerbe erzielen kann, hängen zum einen von den Besonderheiten der Stätte selbst, zum anderen von der Bereitschaft und der Fähigkeit der Akteure vor Ort ab, die Potenziale kooperativ zu erschließen. Um die Möglichkeiten zu nutzen, die das Weltkulturerbe Limes zur regionalwirtschaftlichen Entwicklung, insbesondere zur Förderung des Kulturtourismus beitragen kann, wurde in der Vergangenheit in Rheinland-Pfalz vieles unternommen. Trotzdem spricht einiges dafür, dass das Potenzial des Welterbes Limes als Katalysator für regionale Wertschöpfungsketten in Wirtschaft und Tourismus sowie zur Profilierung der Region noch nicht ausgeschöpft ist. Für die weitere kulturtouristische Erschließung des Limes erscheinen insbesondere die Entwicklung mobiler Dienstleistungen sowie die Kooperation und Netzwerkbildung auf regionaler und europäischer Ebene wichtig. Dabei kommt es wesentlich auf die Kreativität der Akteure und die Entwicklung und Umsetzung innovativer Ideen an. ■

Das Gedächtnis der Demokratie: Gedenkkultur in Rheinland-Pfalz

Wolfgang Faller
Direktor der Landeszentrale für politische Bildung Rheinland-Pfalz (2013 bis 2016)

Öffentliche Gedenkkultur entsteht zu wichtigen geschichtlichen Ereignissen oder Personen. Sie ist Teil des kollektiven Gedächtnisses, aus dem eine Gemeinschaft ihre Identität bezieht. Neben einer offiziellen Gedenkkultur entwickeln sich meist auch unterschiedliche gesellschaftliche Erzählungen und Deutungsweisen, die sich sogar widersprechen können.

Krieg und Katastrophe – aus der Geschichte lernen

In Rheinland-Pfalz wie in den anderen ‚alten' Bundesländern ist die Aufarbeitung der NS-Zeit zentraler Bestandteil der Gedenkkultur. Dies liegt zum einen an der Einmaligkeit des Kulturbruches, aber auch daran, dass große Teile der deutschen Bevölkerung persönlich oder in familiärem Kontext beteiligt waren, sei es als Opfer, Täter oder Mitläufer. Die heutigen Generationen hatten zu ihnen oft noch unmittelbaren Kontakt. Aktivitäten der radikalen Rechten, die sich oft unverblümt in die Tradition des Nationalsozialismus stellen und diesen weitgehend verharmlosen sind ein weiterer Anlass, genau dieses Gedenken intensiv zu pflegen. Dahinter steht die Erwartung, das Vermitteln der Geschichte führe dazu, aus der Geschichte zu lernen. Die Erfahrung in Gedenkstätten zeigt, dass es auch aktueller Bezüge und der intensiveren Auseinandersetzung bedarf, um die menschenverachtenden Strukturen zu verdeutlichen.

Es wäre jedoch verzerrend, gerade in Rheinland-Pfalz mit seiner reichen Geschichte, Gedenkkultur vor allem in Bezug auf das NS-System zu sehen. Es sind zwar besonders Kriegsereignisse und ihre Folgen, die öffentliche Gedenkanlässe bilden, aber auch soziale Erhebungen und demokratische Aufstände bieten Anlass zur Erinnerung und Auseinandersetzung.

Innerhalb unseres Landes gibt es regionale Unterschiede zu betrachten. Die Pfalz war eine der Hauptregionen, in denen sich die Bauernkriege von 1525 abspielten. Obgleich diese nur eine geringe Rolle in der Gedenkkultur des Landes spielen, so bleiben das Bauernmuseum und eine Gedenktafel in Nussheim Anhaltspunkte. Im rheinhessischen Pfeddersheim dient der umgangssprachliche Ortsname ‚Bluthohl' als Erinnerungsbrücke zur Schlacht mit geschätzten 8.000 toten Bauern.

Die verheerenden Auswirkungen des 30-jährigen Krieges und insbesondere des pfälzischen Erbfolgekrieges (1688-1697) manifestieren sich bis heute in Gedenktafeln an Ruinen vieler damals zerstörter Gebäude. Doch sind diese Gedenken heute hauptsächlich eine historische Warnung vor den unberechenbaren Folgen von Kriegen.

Eine andere Form des Gedenkens stellen die Mahnmale an im Krieg gefallene Soldaten dar, die meist von Kameraden und Veteranen erstellt wurden. Sie kennzeichnen eine Zeit der Kriege – von den Napoleonischen über die Bismarckschen bis zum Ersten und Zweiten Weltkrieg. Auch wenn das Gedenken langjährig bekannte und nahe stehende Menschen in den Vordergrund stellen mag, sind diese Mahnmale oft auch Zeugnisse nationalistischer Überhöhung oder geschichtlicher Verharmlosung.

Wegmarken der Demokratie – Geschichte feiern

Die Erinnerungen und Mahnungen der Geschichte, die Gedenkkultur beinhaltet, müssen nicht zwangsweise negativ konnotiert sein. Zu den großen positiven Phänomenen der Gedenkkultur in Rheinland-Pfalz gehören Orte und Regionen, die in und für ganz Deutschland als Wegmarken für die Demokratiegeschichte gelten.

Geradezu schicksalhaft wirkte sich hier die Nähe zum französischen Nachbarn aus. Nach der französischen Revolution von 1789 waren Bürger und auch einige Bürgerinnen in pfälzischen und rheinhessischen und generell linksrheinischen Gemeinden hoch motiviert, politische Beteiligung und die Gleichheit der Rechte einzufordern.

Die sogenannte ‚Mainzer Republik' bildete einen ersten Fixpunkt der Demokratieentwicklung in Deutschland, der auch heute bundesweit wahr-



Die Wiege der deutschen Demokratie: Das Hambacher Schloss in Neustadt.

genommen wird. Sie war das erste auf bürgerlich-demokratischen Grundsätzen beruhende Staatswesen auf deutschem Boden und existierte von März bis Juli 1793 hauptsächlich auf dem linksrheinischen Gebiet von Kurmainz. In über 200 Orten wurden die Delegierten zum rheinisch-deutschen Nationalkonvent frei gewählt. Rechtliche Regelungen wie der Code Napoleon, die Abschaffung der alten Agrarverfassung mit ihren Abgaben und die Einführung der Gewerbefreiheit sowie auch Revolutionäre Symbolik blieben positiv im Gedenken der Menschen haften und konnten in späteren Erhebungen schnell wieder geweckt werden. Auch wenn die Deutung umstritten blieb, so ist das Geschehen nicht aus der Gedenkkultur des Landes wegzudenken.

1880, knapp 90 Jahre danach und knapp 10 Jahre nach der Gründung des deutschen Reiches auf monarchischer Grundlage und dem militärischen Sieg gegen den vermeintlichen ‚Erzfeind Frankreich', war der Mainzer Stadtrat so mutig, Georg Forster eine Straße zu widmen. Anlässlich des 220-jährigen Jubiläums der Mainzer Republik wurde der Platz vor dem rheinland-pfälzischen Landtag im Mainzer Deutschhaus in ‚Platz der Mainzer Republik' umbenannt.

Wie stark die ‚Franzosenzeit' auch in den linksrheinischen vor- und nachmals preußischen Gebieten Rhein-Mosel und Saar gewirkt hat, zeigt sich unter anderem durch den Sonderstatus, den 1822 die in der preußischen Rheinprovinz zu-

sammengeschlossenen Gebiete erhielten. Er garantierte zahlreiche Errungenschaften der französischen Jahre, allen voran das Rheinische Recht. Die Geschichte des Marceau-Denkmals in Koblenz spiegelt die wechselnden Verhältnisse und die Verwobenheit der französischen und deutschen Schicksale.

Am 27. Mai 1832 zogen über 20.000 Menschen von Neustadt, das damals ca. 6.000 Einwohner hatte, hinauf zum Hambacher Schloss um dort liberales, demokratisches und völkerverbindendes Gedankengut zu pflegen, ein deutscher Verfassungsstaat mit einem frei gewählten Parlament wurde gefordert.

Eine Mischung aus Stolz auf die Menschen aus der Region, die so mutig dem Absolutismus entgegen traten, Stolz darauf, dass so viele Menschen aus ganz Deutschland und sogar dem europäischen Ausland, insbesondere Polen, innerhalb weniger Wochen mobilisiert werden konnten, mit einfachsten Mitteln in die Pfalz und nach Neustadt zu kommen, ließ Narrative entstehen und das Geschehen ins kollektive Gedächtnis übergehen. Kein Wunder, dass in der bürgerlichen Revolution von 1848 eine Erinnerungsfeier abgehalten wurde, die stark unter dem Eindruck der einberufenen Nationalversammlung in Frankfurt stand.

Der Ausbau der ehemaligen Ruine seit 1952 zu einem attraktiven Veranstaltungsort mit Dauerausstellung und einer Vielzahl politischer Veranstaltungen macht das Hambacher Schloss zu einem einmaligen, lebendigen Gedenkort der Demokratie.

Gedenkkultur ist auch Bürgersache

Die genannten Beispiele von Gedenkkultur sind für Rheinland-Pfalz wichtig und prägend. Viele davon bilden dennoch eher Mosaikstücke, die jeweils von unterschiedlichen Teilen der Gesellschaft getragen werden, während andere zeitweise eine gegenteilige Deutung vertraten. So wurde die Mainzer Republik von den einen als Sternstunde der Demokratie gefeiert, während sie andere als Vaterlandsverrat verabscheuten.

Sehr unterschiedlich wurde auch die Entwicklung einer Gedenkkultur bezüglich der Gräueltaten der NS-Zeit in den 1950er und 60er Jahren begleitet. Ein sehr eingeschränktes Bemühen des Staates traf auf starke Verdrängungstendenzen in der Gesellschaft und eine Konzentration auf das eigene erlittene Leid, beispielsweise in alliierten Kriegsgefangenenlagern. Die Erinnerung an die Opfer des nationalsozialistischen Rassenwahns war Angelegenheit von Minderheiten, im Wesentlichen der Überlebenden und ihrer Angehörigen. Zur gleichen Zeit wurden Straßen nach verlorenen Ostgebieten umbenannt und Denkmäler zur Erinnerung an die Bombardierung von Orten eingeweiht.

Die Lagergemeinschaften der ehemaligen Häftlinge und deren Angehörigen führten eine Existenz am Rande. Erst durch den Generationenwechsel, den verstärkten Druck durch die 68er-Bewegung und das damit verbundene Hinterfragen der nationalsozialistischen Vergangenheit konnte sich in der deutschen Gesellschaft eine Erinnerung an die Opfer etablieren. In den 1980er Jahren gründeten sich an mehreren Orten in Rheinland-Pfalz Initiativen, die das Gedenken an die NS-Herrschaft und ihre Opfer an authentischen Orten pflegen wollten, auch am heutigen Sitz der beiden offiziellen staatlichen und dauerhaft betriebenen KZ-Gedenkstätten Osthofen und Hinzert.[1]

Aus der Kombination dreier Faktoren erwuchs dem Gedenken an das menschenverachtende System, die Gräuel des Nationalsozialismus, eine übergreifende Bedeutung in der Gedenkkultur:

- die staatlich anerkannte Aufarbeitung, unterstützt von ritualisierten Gedenktagen wie dem 27. Januar, an dem der rheinland-pfälzische Landtag zu einer Sondersitzung zusammentrifft und Abgeordnete an Schulen über den Nationalsozialismus diskutieren oder den 8. Mai, an dem seit 1985 Bundespräsidenten wegweisende Reden halten,
- öffentliche Gedenkeinrichtungen, in denen Geschichte pädagogisch und wissenschaftlich aufbereitet wird,
- vielfältiges bürgerschaftliches Engagement.

Ein wesentlicher Aspekt des Selbstverständnisses der Bevölkerung am Rhein ist der einer weltoffenen Gesellschaft, die kaum besser zu beschreiben ist als im literarischen Zeugnis der ‚Völkermühle' aus Zuckmayers ‚Des Teufels General': „Es waren die Besten, mein Lieber! Die Besten der Welt! Und warum? Weil sich die Völker dort vermischt haben." ■

[1] Weitere Informationen zu den Gedenkstätten erhalten Sie bei der Landeszentrale für politische Bildung Rheinland-Pfalz oder unter www.gedenkstaette-osthofen-rlp.de bzw. www.gedenkstaette-hinzert-rlp.de.

Von großer Vielfalt und Schönheit – Aufbruch im Oberen Mittelrheintal

Dipl.-Ing. Nadya König-Lehrmann
Welterbemanagerin und Geschäftsführerin, Zweckverband Welterbe Oberes Mittelrheintal

Mitten im Herzen Europas liegt das UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal, das einen der wohl spektakulärsten Abschnitte des Rheins darstellt. Die canyonartige Ausformung der Flusslandschaft mit steilen, teils rebenbesetzten Hängen und engen Flusswindungen und das heute noch sichtbare Wirken der Menschheit haben zu einer einzigartigen gewachsenen Kulturlandschaft geführt. Der außergewöhnliche Reichtum an pittoresken Ortschaften, historischen Stätten und einer Vielzahl an trutzigen Burgen, der in der künstlerischen Übersteigerung in der Rheinromantik gipfelte, verhalfen dem Oberen Mittelrheintal zu weltweiter Berühmtheit. Aber auch der Rhein selbst, der seit Jahrtausenden als wichtigster Verkehrsweg zwischen der Mittelmeerregion und dem Norden Europas den regen Austausch von Waren und Ideen ermöglichte, wurde von der UNESCO gewürdigt.

Insgesamt erstreckt sich das Welterbe über einen 67 km langen Rheinabschnitt von Bingen/Rüdesheim im Süden bis nach Koblenz im Norden und umfasst dabei zwei Bundesländer, fünf Landkreise, vier Verbandsgemeinden und 48 Städte und Orte. Unter diesen Voraussetzungen ist es nachvollziehbar, dass ein konzentriertes Eigeninteresse der Kommunen vorherrscht und viel Platz für ein ausgeprägtes Kirchturmdenken vorhanden ist.

Der Weg zur UNESCO-Anerkennung war lang, die ersten Ideen und Bemühungen gehen auf das Jahr 1977 zurück. In diesen Prozess wurden die Menschen, Kommunen und Vereine der Region eng eingebunden, so dass die finale Antragstellung gemeinsam erarbeitet und eingereicht werden konnte. Am 27. Juni 2002 war es endlich so weit, das Obere Mittelrheintal wurde zum Welterbe ernannt, als erste deutsche „Kulturlandschaft von großer Vielfalt und Schönheit“[1].

[1] Deutsche UNESCO-Kommission (2002): Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal. URL: www.unesco.de/kultur/welterbe/welterbe-staetten/welterbe-deutschland/oberes-mittelrheintal.html [02.03.2017].



Bekennerkampagne ‚Ich bin Welterbe‘ mit regionalen Persönlichkeiten, die für das Welterbe stehen und werben.

Welterbe macht stark

Und plötzlich war man Welterbe, doch was nun? Die Freude und der Stolz über die Auszeichnung waren sehr groß, und die Euphorie ließ die Erwartungen wachsen, dass sich viele regionale und strukturelle Probleme schnell lösen lassen würden. Denn neben den landschaftlichen und kulturellen Potenzialen war und ist die Region auch durch die Defizite und die Auswirkungen des Demografischen Wandels stark betroffen. Zunächst waren die anstehenden Aufgaben und Handlungsfelder zu benennen und die teils unübersichtlichen Zuständigkeiten in ein funktionierendes regionales Netzwerk zu überführen.

Für diese Aufgaben wurde im Jahr 2005 der Zweckverband Welterbe Oberes Mittelrheintal gegründet. Ein umfassendes Handlungsprogramm entstand in Zusammenarbeit aller Mitgliedskommunen. Dieses ist die Arbeitsgrundlage des Zweckverbands und hat eine ganzheitliche Entwicklung der Welterberegion zum Ziel. Die dort definierten Handlungsansätze sollen regionale Identität schaffen und das Wir-Gefühl stärken, die Lebens- und Arbeitsbedingungen für die Bewohner verbessern und ein lebendiges Welterbe erhalten und entwickeln – ganz im Sinne der Region und der UNESCO.

Am Anfang stand ein gemeinsames Corporate Design, das der doch sehr heterogen geprägten Region zu einem einheitlichen Erscheinungsbild verhilft. Das Spiel mit den Rheinkilometern und der abstrahierte Rheinverlauf haben dabei einen hohen visuellen Wiedererkennungswert. Und obwohl das Corporate Design bereits vielfach und in unterschiedlichster Weise zur Anwendung kommt und gut in der Region angenommen wird, reicht ein gemeinsames Logo selbstverständlich nicht aus, um eine regionale Identität entstehen und wachsen zu lassen.

Das Netzwerk der Kommunen sowie der Fachbehörden und zuständigen Landesministerien wurde daher durch weitere wichtige Multiplikatoren gestärkt. Dazu zählen die zertifizierten und ausgebildeten Welterbe-Gastgeber und Welterbe-Gästeführer, die als ausgewiesene Kenner der Region unsere Gäste verwöhnen und für unvergessliche Momente sorgen. Auch die Winzer und Burgenbesitzer, die mit ihrer Arbeit und ihrem Engagement einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der einzigartigen Kulturlandschaft leisten, bringen sich aktiv in die Weiterentwicklung und Belebung der Welterbestätte, aber auch die Vermittlung der kulturellen Besonderheiten ein. Eine große Leidenschaft für das Welterbe ist bei allen Akteuren spürbar.

Welterbe verpflichtet

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Begeisterung und Sensibilisierung der zukünftigen ‚Welterben' für ihre Heimat. So bemüht sich der Zweckverband mit seinen Partnern, die Besonderheiten des Welterbes mit Hilfe von Bilderbüchern und pädagogischen Lehrerhandreichungen bereits in den Kindergärten, Grundschulen und weiterführenden Schulen zum Thema zu machen und in die Ausbildung der künftigen Generationen einfließen zu lassen.[2]

Trotz der bereits zahlreichen Maßnahmen auf den unterschiedlichsten Ebenen und des etablierten Welterbe-Netzwerkes, benötigt die Region weiterhin eine eindeutige Botschaft, die das Welterbe auch in den Herzen der Menschen ankommen lässt: ‚Ich bin Welterbe' – so lautet das Bekenntnis einer Reihe von Menschen mit einer hohen regionalen Reputation zu ihrer Heimat. Mit Großplakaten, Anzeigen, Zeitungsartikeln und in den sozialen Medien erzählen sie von ihrem persönlichen Engagement für das Welterbe Oberes Mittelrheintal und welchen Beitrag sie dazu leisten. Ergänzt durch Motto-Shirts mit den Aufdrucken ‚Erbonkel', ‚Erbtante' und ‚Ich erb hier mal alles!' kann sich darüber hinaus jeder als Welterbe-Fan outen. Alle genannten Maßnahmen erhöhen die Aufmerksamkeit innerhalb der Region. So werden auch die Bevölkerung und alle Welterbe-Begeisterten angespornt, den Stolz auf die eigene Heimat sichtbar nach außen zu tragen und somit das Bewusstsein zu stärken, dass diese besondere Region sich gemeinsam auf ihre Stärken und das Wesentliche besinnen muss!

Im Laufe der Jahre ist somit ein gutes Miteinander der unterschiedlichsten Akteure entstanden, in dem die Zusammenarbeit auf sachlicher wie menschlicher Ebene sowie über die Verwaltungsgrenzen und Parteizugehörigkeiten hinaus funktioniert. Die Entscheidungen innerhalb des Zweckverbandes wurden und werden durch die Verbandsversammlung in großer Einmütigkeit getroffen. Die Aufwertung und Neugestaltung des Loreley-Plateaus gibt dafür ein gutes Beispiel. Das Ergebnis eines europaweit ausgelobten

[2] Die Lehrerhandreichungen für das Welterbe Oberes Mittelrheintal wurden in Kooperation mit dem Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur RLP, dem Pädagogischen Landesamt RLP und engagierten Lehrern aus der Region erarbeitet. Das Bilderbuch ‚UWE – die kleine Smaragdeidechse' wurde in Zusammenarbeit mit der Tourismusorganisation ‚Tal der Loreley e. V.' herausgegeben.

Wettbewerbs, begleitet von einer breit aufgestellten Lenkungsgruppe, soll nun mit vereinten Kräften realisiert werden. Innerhalb des Zweckverbandes haben die Mitglieder, und somit alle Welterbekommunen, den gemeinsamen Beschluss gefasst, dieses wichtige Projekt zu unterstützen und voranzubringen. Auch wenn in den kommenden drei Jahren erhebliche Mittel konzentriert zur Loreley fließen, stehen die Verbandsmitglieder ohne Neid hinter dem Projekt. Das bescheinigt, dass die zuvor angesprochene Kirchturm-Mentalität kleiner wird.

Welterbe verbindet

Das Zusammenwachsen der Region und das Wirken hin zu gemeinsamen Zielsetzungen drücken sich auch in dem regionalen Willen aus, das Welterbetal zur Bundesgartenschau 2031 zu führen. Dass dabei jeder Kirchturm Bundesgartenschau sein kann, erwartet wohl niemand; dennoch wird die Idee gemeinsam von allen mitgetragen und als Perspektive für die gesamte Region betrachtet. Dies ist ein eindeutiges Zeichen, dass das Welterbe sowohl eine kulturelle Klammer darstellt, aber in der Hauptsache die Region verbindet und eint und Projekte in einen größeren Maßstab des Handelns rückt. Das alles ist jedoch nur möglich, wenn die Region weiterhin den Welterbestatus nicht nur als Verpflichtung, sondern vor allem als die große Chance versteht!

Natürlich ist bisher noch nicht alles perfekt gelungen, manche Bemühung steht noch am Anfang und auch regionale Reibereien, wie die Diskussionen um den Ausbau der Windenergie, existieren noch. Doch vieles ist auf einen erfolgreichen Weg gebracht oder umgesetzt worden. Der durch den Zweckverband Welterbe Oberes Mittelrheintal bewirkte Aufbruch ist in der ganzen Region spürbar und gibt allen Beteiligten den notwendigen Antrieb und die Motivation, den gemeinsam eingeschlagenen Weg weiterzugehen. Gemeinsam tragen wir dazu bei, diese faszinierende und einmalige Region nachhaltig zu stärken, dauerhaft lebendig zu erhalten und bei Besucherinnen und Besuchern durch eine positive Außendarstellung Interesse zu wecken. ■

Der Zweckverband Welterbe Oberes Mittelrheintal

Alle im Welterbe liegenden Gebietskörperschaften (2 Bundesländer, 5 Landkreise, 4 Verbandsgemeinden, 13 Städte, 35 Ortsgemeinden) haben sich im Mai 2005 zum Zweckverband Welterbe Oberes Mittelrheintal zusammengeschlossen und somit eine Struktur geschaffen, die die einzelnen Aktivitäten und Akteure im Welterbe bündelt und koordiniert. Der Verband bildet somit den lokalen, politischen und administrativen Rahmen für die Entwicklung und Erreichung der gemeinsam definierten Handlungsziele und ist in erster Linie Berater der Kommunen, Vermittler zwischen den zuständigen Akteuren und Behörden sowie Initiator wichtiger Impulsprojekte. Als Hauptaufgabe hat der Verband die ganzheitliche Sicherung und Weiterentwicklung der wirtschaftlichen, kulturellen, ökologischen und sozialen Funktionen des Welterbes definiert. Weitere Informationen: www.welterbe-oberes-mitterheintal.de

Basaltgrau und Kobaltblau – Industriekultur im Westerwald

Tatjana Steindorf
Freie Journalistin und Mitarbeiterin im Tertiär-, Industrie- und Erlebnispark Stöffel

Basalthügel, Basaltsteine, Basaltschotter – der Westerwald ist steinreich. Diese Region hat nicht viel Mildes abbekommen. Während Rheinland-Pfalz für die meisten Menschen leicht und hell nach Schifffahrt klingt, Weinreben und Laubengängen, hebt sich der nördliche, an Nordrhein-Westfalen grenzende Zipfel davon gänzlich ab. Der harte Stein ist grau, das färbt auch die Wege düster. Der helle Kalkstein findet sich erst Richtung Lahn, die bunten Tone Richtung Kannenbäckerland.

‚Graue Worte' benutzt auch Wilhelm Heinrich von Riehl, wenn er den Westerwald beschreibt: „Diese kahle, arme, fast nur mit dem grünen Sammt der Heidevegetation geschmückte Hochfläche, auf welcher zahllose Basaltblöcke zerstreut liegen, als habe der Himmel in seinem Zorn Felsen gehagelt, bildet darum schon in rein ethnographischem Betracht eine der merkwürdigsten Uebergangslinien Deutschlands."[1]

Das Bild erinnert an die vielen alten Sagen – etwa von den Wolfssteinen bei Bad Marienberg, wo der Teufel seine Hand im Spiel hatte. Bei den Neuhochsteiner Basaltbrocken waren es aufsässige Riesen.[2] Was Riehl schreibt, klingt betrüblich und passt dazu noch zu dem viel besungenen schlechten Wetter. Nun, das Mittelgebirge erreicht hier Höhen bis rund 657 Meter, da kann der Wind einem schon kalt vorkommen. So ‚pinzich' (weinerlich), wie der Wäller sagen würde, darf man nicht sein. Noch heute ist dem Hiesigen klar: „Man muss auch mal hart gegen sich sein." Wer offenen Auges ist, lernt die schroffe Seite der Gegend zu mögen – und zieht sich auf dem Salzburger Kopf einfach eine dicke Jacke an.

Neben auf Basaltkuppen thronenden Burgen und Schlössern finden sich eindrucksvolle Bauten aus Basalt – darunter Kirchen und Kapellen wie St. Josef in Höhn-Schönberg (Ende 19. Jh.), die Pfarrkirche Langenhahn (1932) oder die Stein-



Eine ‚Basaltwand' modernen Ursprungs. Die Freiluftbühne des Stöffel-Parks, eingebettet in ein altes Silo, hat Anziehungskraft für die junge Generation – vor allem, wenn es um ein E-Musik-Event geht.

[1] von Riehl, Wilhelm Heinrich (1861): Land und Leute. Kapitel 12 (Das Land der armen Leute). URL: http://gutenberg.spiegel.de/buch/land-und-leute-1204/12 [13.02.2017].

[2] Vgl. Kessler, Karl/Klein, Eberhard (2005): Geotope im Westerwald. URL: www.gfh-westerwald.de/geotope/geo_ww.htm [13.02.2017].



Arbeiter vor einer Basaltwand am Stöffel, ca. 1917.

brücken bei Marienstatt und am Dappricher Hof. Die Alte Schmiede im Stöffel-Park erhebt sich ebenfalls basaltgrau in die Höhe. Anfang des 20. Jahrhunderts wurde sie erbaut, gleich am Ort des Basaltfunds. Bevor das Material verbaut werden konnte, musste es zunächst auf rund 140 Hektar – auf dem Gebiet des heutigen Stöffel-Parks – an verschiedenen Claims beschwerlich, aber im großen Stil abgebaut werden. Durch einen Vulkanausbruchs im Tertiär – vor rund 25 Millionen Jahren – verteilte sich dieser Bodenschatz hier fast schon verschwenderisch. Bis zu 90 Meter dick war die graue, harte Schicht, deren Gipfel früher wohl wie ein Stuhl aussah. Denn, obschon kein Kaiser- oder Königsstuhl, entwickelte sich der Name ‚Stöffel' aus dem mittelalterlichen Wort ‚Stůuille' (‚Stuhl').[3]

Die Verbundenheit mit dem Material Basalt ist uralt. Wie schon erwähnt, dichteten die Einheimischen Sagen um ihre mannigfaltigen Basaltstätten herum. Der Seitenstein bei Hellenhahn ist die Wohnstätte von Berggeistern, beim Ketzerstein bei Weißenberg spielt der Kompass verrückt und am Katzenstein über Westerburg taucht das seltsame Petermännchen auf, dem der Künstler Franz Hötterges später Gestalt verlieh. Hinter manchen Orten werden keltische Kultstätten vermutet. Die Wäller bedienten sich aus den Basaltvorkommen für den eigenen Bedarf, aber das Material war kaum zu lösen und insbesondere schwer zu transportieren. Und so wurde erst ab Ende des 19. Jahrhunderts der Basalt aus dem Westerwald im großen Stil und gewinnbringend exportiert. Er wurde gebraucht. Nicht zuletzt für die Gleisbetten der Eisenbahn, wodurch endlich ein geeignetes Transportmittel in die Region kam. Die Westerwälder fanden im Steinbruch einen notwendigen Verdienst. Um etwas zu essen zu haben, war fast jeder ein Kleinbauer, doch das reichte meist nicht zur Versorgung. Nicht selten wurde nach der Feldarbeit zum Fahrrad gegriffen, um zur Arbeit in den nächstgelegenen Steinbruch zu fahren. Ja, da musste man(n) hart zu

[3] Vgl. Gensicke, Hellmuth (1958): Landesgeschichte des Westerwaldes. Wiesbaden.

sich sein. Und so ein ‚Basaltkopp', wie der beharrliche Wäller üblicherweise genannt wird, der musste sich den Härten des Lebens stellen.

„Der Westerwald hat kaum eine eigene politische Geschichte, er hat nur eine Culturgeschichte", bemerkt von Riehl in dem Kapitel ‚Das Land der armen Leute'.[4] Es ist auch diese Industriekultur, die die Region geprägt hat – und prägt. Aufrecht und mit Würde stehen die Arbeiter in den Basalthängen, guckt man sich die alten Fotos an. Sichtbar stolz waren sie auf ihre Leistungen nicht – vielleicht weil sie pure Notwendigkeit waren. Diese können wohl erst mit einem gewissen Abstand gewürdigt werden. Auch dazu ist der Stöffel-Park da. Um zu zeigen, wie es war und was Menschen leisten mussten – und konnten. Hier hat ein Arbeiter am Tag tonnenweise Basalt bewegt. Während mittlerweile viele kleinere, stillgelegte Basaltbrüche hinter dem Grün der Wälder verschwunden sind und die Tiefgänge höchstens von Einheimischen (meist widerrechtlich) besucht werden, zeigt der Stöffel-Park öffentlich, wie ein solcher Steinbruch und die Arbeit hier aussahen. Die technischen Errungenschaften des 20. Jahrhunderts werden sichtbar. Man kann der Härte der Arbeit, dem Getöse, der Gefahr nachspüren. Gab es Probleme im Vorbrecher, wurde repariert – ohne die Maschinerie zu stoppen. Kipper und Steinschläger bearbeiteten den Basalt mit der Hand. Zur Kriegszeit wurden dafür auch Frauen eingesetzt. Eine V2-Rakete donnerte während des Zweiten Weltkriegs in den Steinbruch und verletzte einen Mann. Auch die „politische Geschichte", um Riehls Ausdruck aufzugreifen, machte keineswegs halt vor dem Westerwald – nicht mal vor dem Steinbruch.

Hier wurde viel bewegt – und eine Reihe von Berufen gründet(e) sich darauf: der Maurer brauchte Basalt, die Straßenbauer auch, selbst die Stuckateure (im Tertiärum ist der typische ‚Arme-Leute-Putz' zu sehen, der mehr Splitt enthält als Zement) und natürlich die Spediteure. So wirkt der Stöffel-Park als Raum des kollektiven Gedächtnisses, um diese bewegte und bedeutsame Industriekultur und -geschichte in Erinnerung zu behalten und zu würdigen. Gerade generationenübergreifend ist dies wichtig: Viele Besucherinnen und Besucher finden in diesem Erfahrungsraum, wenn nicht einen Teil ihres eigenen (Berufs-)Lebens, dann doch einen ihrer Großväter, Verwandten, Bekannten. Die Jugend staunt, was Menschen für ihren Lebensunterhalt leisten mussten. Und Regionalgeschichte, so zeigt sich, wird zur Basis für internationale Begegnung. Eine osteuropäische Besuchergruppe beispielsweise fühlte sich in der Alten Schmiede gleich heimisch.

Das Graue überwiegt im Stöffel-Park, auch wenn es von Rostbraun untermalt wird. Aber Basaltgrau steht für wirtschaftlichen Aufschwung im Westerwald. Wie ästhetisch Grau mit Kobaltblau harmoniert, ist an einem schönen Sommertag allenthalben zu sehen. Wenn's regnet, kann man sich hiervon mit beherztem Griff zum graublauen Westerwälder Steinzeug überzeugen, für das sonnige Gefühl sorgt dann traditionellerweise ein goldgelber Wäller Kümmel. ■

Der Stöffel-Park

... in Enspel leistet viele Dienste, unter anderem für die Menschen vor Ort. Der Tertiär-, Industrie- und Erlebnispark ist ein Raum für das kollektive Gedächtnis der Westerwälder Bürgerinnen und Bürger, der Chancen für eine Auseinandersetzung mit der eigenen Biografie und zur Selbstreflexion bietet. Das geschieht durch Aufzeigen oder durch unterhaltsame Exkursionen und Führungen. Groß und Klein dürfen hier ihren Abenteuerplatz finden, die Natur genießen – und selbst Fossilien suchen. Überdies bietet das Gelände reichlich Platz für die unterschiedlichsten Vergnügungen: vom Stöffel-Fest mit Hubschrauberrundflug über Tuning-Treffen bis hin zu Kunstausstellungen und Konzerten. Die Vielfalt des Angebots ist am besten auf der Homepage zu erkennen: www.stoeffelpark.de.

[4] von Riehl, Wilhelm Heinrich (1861).



irgendwo sind Heidentum und Christentum sich so auf den Fersen. Burgen und Kirchen der Eifel aus Lavagestein, graue Vorzeit und leuchtend weiße Kapellchen auf Kraterkuppen; vor verfallenen Raubnestern die rotangemalten Wunden Christi am Kreuz. Eine Brücke schwingt sich, über die jeder gehen muss, der ganz verstehen will, was „Eifel“ heißt.

Clara Viebig: Mein Leben

Kultur verbindet

53 **Glaube verbindet – religiöse Vielfalt in Rheinland-Pfalz**
Daniela Hartmann
Corinna Würzberger

54 **Gemeinsamkeiten stärken und Unterschiede respektieren**
Im Gespräch mit Dr. Udo Markus Bentz, Weihbischof des Bistums Mainz

57 **Expertin im Nahbereich an den Knotenpunkten des Lebens**
Im Gespräch mit Christian Schad, Kirchenpräsident der Evangelischen Kirche der Pfalz (Protestantische Landeskirche) und Mitglied des Vorstands der ZIRP

60 **Musik kennt keine Grenzen**
Prof. Michael Kaufmann

61 **Gelehrte, Geschichte und neue Generationen**
Im Gespräch mit Avadislav Avadiev, Vorsitzender des Landesverbandes der Jüdischen Gemeinden in Rheinland-Pfalz

64 **Im gesellschaftlichen Leben verankert**
Im Gespräch mit Hajrudin Katica, Vorsitzender der Schura Rheinland-Pfalz, Landesverband der Muslime

Glaube verbindet – religiöse Vielfalt in Rheinland-Pfalz

Religion und Glaube, auch als Volksglaube, sind historisch prägende Kräfte kultureller Selbstwahrnehmung und Identifikation. Sie sind Teil öffentlich und privat geführter Diskurse. Glaube und die Zugehörigkeit zu einer religiösen Gemeinschaft sind private und persönliche Angelegenheiten. Indem Glaube gemeinschaftlich gelebt wird, in Gottesdiensten oder bei Festen, und in steinernen Zeugnissen unsere Städte und Gemeinden entscheidend prägt, tritt Religion aus der Privatheit in die Öffentlichkeit. So hat Rheinland-Pfalz mit den Domen und Synagogen in Mainz, Worms und Speyer, mit zahlreichen Simultankirchen, außergewöhnliche architektonische Zeugnisse des Glaubens. Religion und Glaube prägen Sitten und Bräuche, deren Ursprungssituation mitunter gar nicht mehr bewusst ist. „Religion ist weltweit ein wesentlicher Faktor für das Denken und Handeln vieler Menschen und somit eine bedeutsame soziale Kraft."[1]

Kirche und weltliche politische Macht gingen insbesondere mit dem Kurfürstentum Hand in Hand, Kirchenoberhäupter gestalteten Politik und Gesellschaft aktiv mit. Die Erzbischöfe von Köln, Mainz und Trier wählten als Kurfürsten den deutschen König und damit Kaiser des heiligen römischen Reiches deutscher Nation und hatten dadurch erheblichen Einfluss. Zudem galt der Mainzer Erzbischof in Funktion des Erzkanzlers der deutschen Gebiete des Heiligen Römischen Reiches lange Zeit als zweiter Mann hinter dem Kaiser.[2] In den SCHUM[3]-Städten Mainz, Speyer und Worms verfassten jüdische Gelehrte im Mittelalter Schriften, die bis heute über das Judentum hinaus Bedeutung haben. Religiöse Führungspersönlichkeiten haben somit Spuren in Rheinland-Pfalz hinterlassen und die politische und gesellschaftliche Entwicklung vorangetrieben.

Woran glauben Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzer heute? Daten aus 2016 zufolge[4] gehören 1.694.870 Menschen in Rheinland-Pfalz dem römisch-katholischen Glauben an, das entspricht rund 41 Prozent der Bevölkerung. Unter evangelischer Konfession wurden die innerhalb der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) organisierten evangelischen Landeskirchen (evangelisch-lutherisch und evangelisch-reformiert) zusammengefasst. Diese Gruppe umfasst 1.141.007 Gläubige und somit rund 28 Prozent. Die Mehrheit der rheinland-pfälzischen Bevölkerung (fast 70 Prozent) gehört demnach den beiden großen christlichen Konfessionen an. Zum Judentum zählen sich 1.227 Frauen und Männer, was 0,03 Prozent entspricht. In Rheinland-Pfalz leben etwa 160.000 Muslime, sie bilden die drittgrößte religiöse Gemeinschaft und rund vier Prozent der Bevölkerung.[5] Zu anderen oder keinen Religionsgemeinschaften zählen sich 1.104.163 Menschen (rund 27 Prozent). Knapp ein Viertel der Bevölkerung in Rheinland-Pfalz ist konfessionslos.

Religiöse Vielfalt ist Teil unserer heutigen Lebenswirklichkeit. Wir haben mit Vertretern großer Religionsgemeinschaften (Christentum, Islam und Judentum) in Rheinland-Pfalz gesprochen und nachgefragt, wie sie den Einfluss von Religion auf unser heutiges Zusammenleben sehen. Der Dialog zwischen den Religionen erscheint für ein friedliches Miteinander unabdingbar, darin waren sich unsere Gesprächspartner einig. Denn: Das Wissen um Unterschiede und Gemeinsamkeiten schafft größeres gegenseitiges Verständnis und baut Vorurteile ab. Die Interviews auf den folgenden Seiten zeigen: Glaube verbindet. ■

Daniela Hartmann
Projektleiterin, ZIRP

Corinna Würzberger
Projektmitarbeiterin, ZIRP

[1] Bertelsmann Stiftung (2016): Religionsmonitor. Über die Studie. URL: www.bertelsmann-stiftung.de/de/unsere-projekte/religionsmonitor/ueber-die-studie/ [13.02.2017].

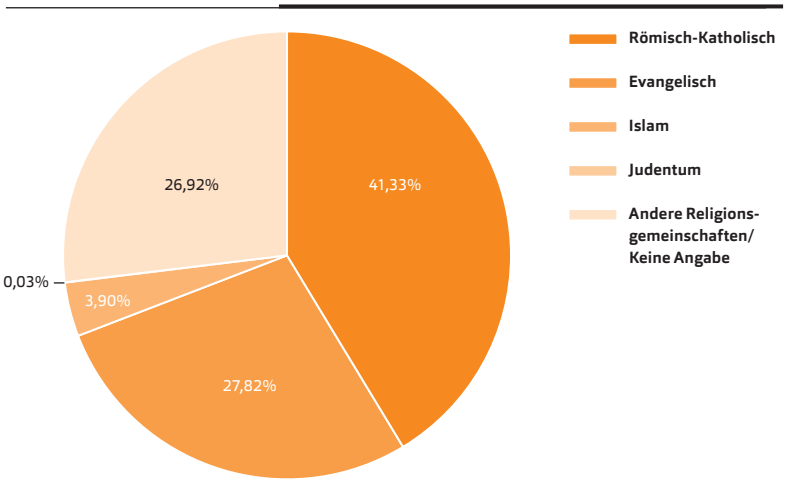
[2] Vgl. Deutsches Historisches Institut (2017): Deutsche Geschichte in Dokumenten und Bildern. Band 1. Von der Reformation bis zum Dreißigjährigen Krieg 1500-1648. Die Goldene Bulle (1356). URL: http://germanhistorydocs.ghi-dc.org/pdf/deu/Doc%2015_The_Golden%20Bull_German_Final.pdf [17.02.2017].

[3] Als SCHUM werden in jüdischen Quellen Speyer, Worms und Mainz bezeichnet, die im Mittelalter bedeutende jüdische Gemeinden aufwiesen. Das Wort SCHUM ist ein Akronym aus den Anfangsbuchstaben ihrer mittelalterlichen hebräischen Namen.

[4] Daten Mainzer KommWis Gesellschaft für Kommunikation und Wissenstransfer mbH.

[5] Vgl. Ministerium für Familie, Jugend, Integration und Verbraucherschutz Rheinland- Pfalz (o.J.): Runder Tisch Islam. URL: https://mffjiv.rlp.de/de/ministerium/beauftragter-fuer-migration-und-integration/runder-tisch-islam/ [13.02.2017].

Religionszugehörigkeit in RLP



Gemeinsamkeiten stärken und Unterschiede respektieren

Im Gespräch mit Dr. Udo Markus Bentz, Weihbischof des Bistums Mainz

ZIRP: **Herr Weihbischof, inwiefern gehört das katholische Christentum zu Rheinland-Pfalz und wodurch ist es hier sicht- und spürbar?**

Dr. Udo Markus Bentz: Die großen romanischen Dome in Mainz, Worms, Speyer und Trier sind wohl das prominenteste Zeugnis dafür, dass die katholische Kirche in Rheinland-Pfalz bis heute kulturprägend und nicht wegzudenken ist. In jeder Ortschaft wird durch Kirchen und Klöster, Wegkreuze und Bildstöcke diese Prägung deutlich. Zum heutigen kulturellen Leben gehören auch die vielen Gruppen und Vereinigungen beispielsweise im musikalischen Bereich. In unseren rheinland-pfälzischen Bistümern sind viele tausende junge Menschen in Jugendverbänden und kirchlichen Jugendgruppen aktiv und gestalten das gesellschaftliche Leben mit. Aber auch viele Feste, die das Miteinander in unserem Land bereichern, haben ihren Ursprung im katholischen Christentum. Hinzu kommen die caritativen und diakonischen Initiativen. Der gelebte Glaube und das kirchliche Leben haben durch die Jahrhunderte hindurch die Mentalität der Menschen hier geprägt. Selbst manche heute völlig säkularen Erscheinungsformen sind von ihrem christlichen Ursprung her nicht zu trennen. Beide Konfessionen – katholisch und evangelisch in unterschiedlicher regionaler Ausprägung – waren und sind eine entscheidende gesellschaftliche Kraft in unserem Land.

Sie wurden in Rheinland-Pfalz geboren und haben die meiste Zeit Ihres Lebens hier verbracht. Welche Bedeutung hat Heimat für Sie?

Bentz: Heimat im engeren Sinne ist und bleibt für mich die südliche Vorderpfalz, wo ich geboren bin. Ich habe den Eindruck: Je länger ich dort weg bin, umso stärker wird das innere Band mit diesem Landstrich. Ich bin Pfälzer – und bin stolz darauf! Dazu gehören mein Dialekt, ganz bestimmte Menschen, die Landschaft, die Mentalität und meine Erinnerungen. Meine Familie lebt noch immer dort, was ebenfalls dazu beiträgt, dass das Band nicht abgeschnitten ist. Heimat hat etwas sehr ursprüngliches. In Mainz lebe ich nun schon die längste Zeit meines Lebens. Auch Mainz ist mir Heimat geworden – aber anders. Die Heimat der Kindheit ist damit nicht zu vergleichen – sie prägt mich bis hinein ins Fühlen, Denken und spontane Empfinden!

Seit 2015 sind sie Weihbischof von Mainz. Wenn Sie auf die vergangenen Monate zurückblicken: Was hat sich verändert? Welche Pläne haben Sie für die Zukunft?

Bentz: Die neue Aufgabe als Weihbischof im Bistum Mainz hat mein Leben schon sehr verändert. Das eigene Leben spielt sich deutlich mehr ‚in der Öffentlichkeit' ab. Am meisten freue ich mich über die Möglichkeit, vielen ganz unterschiedlichen Menschen tagtäglich begegnen zu können. Als Ausbildungsverantwortlicher hatte ich eher mit einer eng gefassten Klientel zu tun. Als Jugendbischof und im Rahmen der Gemeindebesuche und Veranstaltungen im Bistum erlebe ich viele beeindruckende Begegnungen vor Ort. Ich lerne noch mehr als früher die Vielfalt unseres kirchlichen Lebens im Bistum kennen.

Können einzelne Persönlichkeiten die regionale Sicht des Katholizismus stärken – ja verkörpern?

Bentz: Gerade der Glaube ist keine abstrakte Lehre oder ein System von Überzeugungen. Es braucht den lebendigen Zeugen! „Gib dem Evangelium (d)ein Gesicht!" Das ist für mich bis heute ein wichtiges Leitwort. Kardinal Lehmann war und ist so eine Persönlichkeit, die dem Glauben und der Kirche ein Gesicht in der Region und weit darüber hinaus gibt.

Die Bistümer Trier, Köln und Mainz prägen seit Jahrhunderten die Kultur und den Alltag dieser Region, zum Beispiel auch den Karneval. Was sind aus Ihrer Sicht weitere Faktoren – auch ethische und moralische Werte – die die Menschen in der Region prägen?

Bentz: Zunächst fällt mir als Pfälzer natürlich der Weinbau ein, der die Kultur in der Pfalz, in Rheinhessen und an der Mosel stark prägt. Wo Wein angebaut wird, entwickelt sich eine ganz eigene Mentalität. Dazu gehört gewiss auch, dass die Menschen hier gerne feiern und eine grundlegend positive Einstellung zum Leben und zur Region haben. Man hat eine leichtere Art zu leben ohne oberflächlich zu sein. Dann gehört der Rhein als ein uralter prägender Kulturfaktor dazu: Durch den Rhein wurden nicht nur Wirtschaftsgüter ausgetauscht. Der Rhein war in der Geschichte ein ganz entscheidender ‚Kommunikationsstrom' für politische und weltanschauliche Ideen. Durch den Rhein wurden schon immer auch Menschen von außerhalb angezogen, was sicher auch zu der aufgeschlossenen Einstellung der Menschen hier in der Region führt. Ein weiterer prägender Faktor ist die wechselvolle politische Geschichte mit den häufigen Wechseln in der politischen Herrschaftsstruktur. Das hat zu der Mentalität geführt, dass man sich nicht so leicht einschüchtern und verunsichern lässt und gleichzeitig eine gewisse Gelassenheit und Grundtoleranz mitbringt. Die Erfahrung von Krieg und Leid, die Erfahrung von sehr partikularen Herrschaftsverhältnissen, der wechselnde Einfluss zwischen Franzosen und Deutschen in den letzten Jahrhunderten hat die Menschen bis heute geprägt und führt bei vielen zu einem hohen Verantwortungsbewusstsein. Die engen und vielfältigen Partnerschaftsbeziehungen zwischen rheinland-pfälzischen und französischen Kommunen ist ein schönes Beispiel dafür.

Welchen Beitrag vermag die katholische Kirche mittel- bis langfristig zu leisten, um Identität, auch regionale Identität, zu prägen?

Bentz: Über die regionale Identität und die prägenden Faktoren aus katholischer Sicht habe ich schon gesprochen. Wir sind uns als Bistum Mainz unserer Verantwortung bewusst, das kulturelle und gesellschaftliche Leben in der Region zu stärken und unseren Beitrag dazu zu leisten. Das gilt auch für die anderen rheinland-pfälzischen Bistümer Speyer und Trier. Viele Ehrenamtliche in unseren Pfarreien leisten einen enormen Beitrag dazu vor Ort: Das kirchliche Gemeindeleben spielt sich ja nicht in einer abgesonderten Nische ab, sondern ist integrativer Bestandteil und oft auch prägender Faktor des gesellschaftlichen Lebens in den Kommunen. Kirchliche Jugendarbeit, caritative Initiativen, Bildungsangebote, Familienangebote und vieles mehr wären hier zu nennen. Der kirchliche, ehrenamtliche Einsatz vieler tausend Menschen in einer Region führt zur Ausprägung der Identität. Viele Christinnen und Christen sind hier sehr engagiert und werden auch durch die Kirche unterstützt, wie man es zum Beispiel derzeit in der Flüchtlingskrise sieht. Hier bringt die Kirche viel Einsatz, aber vor allem sehen sich viele Menschen, gerade wegen ihres christlichen Menschenbildes, in der Verantwortung zur Mithilfe.



Dr. Udo Markus Bentz
Weihbischof des Bistums Mainz

Was sind identitätsstiftende regionale Merkmale des katholischen Christentums im Gottesdienst, der Ablauf zum Beispiel oder die Lieder?

Bentz: Viele besondere Gottesdienste, wie zum Beispiel die Kirchweihfeste in den jeweiligen Orten und die damit verbundene Kerb, das Fronleichnamsfest mit seinen örtlichen Traditionen, Feld- und Flurgottesdienste, aber auch die vielen großen und kleinen Wallfahrten haben eine lange Tradition und tragen zur Identitätsstiftung bei. Ich will nur ein Beispiel nennen: Die Rochuswallfahrt in Bingen mit tausenden Teilnehmerinnen und Teilnehmern gibt es seit mehr als 350 Jahren und löst damit auch heute noch ein Versprechen der Stadt Bingen aus dem 17. Jahrhundert ein, welches man als Dank für die Überwindung der Pestepidemie Gott gegeben hatte. Die vielen Kirchenmusikvereine und Chöre sind weitere identitätsstiftende Merkmale, die nicht nur die Gottesdienste musikalisch bereichern, sondern auch darüber hinaus ihren kulturellen Beitrag für die Gesellschaft leisten.

Inwiefern arbeiten Sie mit anderen Religionsgemeinschaften in Rheinland-Pfalz zusammen?

Bentz: Ökumenische Gottesdienste zu besonderen Anlässen wie zum Beispiel am Rheinland-Pfalz-Tag, aber auch bei anderen Festanlässen in den Ortschaften gehören wie selbstverständlich dazu. Die Verantwortlichen vor Ort, aber auch auf Kirchenleitungsebene, stehen in einem ständigen, engen Austausch miteinander. Gerade in

einer säkularen Gesellschaft ist es wichtig, das gemeinsam Christliche auch gemeinsam zu bezeugen und in den gesellschaftlichen Diskurs einzubringen, ohne dabei das eigene Profil aufgeben zu müssen. Viele Familien in unserem Land sind gemischt-konfessionell. Eine starke und lebendige Ökumene zu leben, liegt in der Verantwortung beider Konfessionen.

2017 jährt sich der Thesenanschlag Martin Luthers zum 500. Mal. Welche Bedeutung haben dieses Datum und die geplanten Feierlichkeiten für die katholische Kirche und die Ökumene?

Bentz: Das Reformationsgedächtnis lässt auch die katholische Kirche nicht unberührt. Feiern ist in diesem Kontext ein durchaus ambivalentes Wort, denn wir wissen, welche Folgen und leidvollen Konsequenzen für unzählige Menschen beider Konfessionen dieses geschichtliche Ereignis hatte. Der Blick auf die Reformation vor 500 Jahren ist heute ein anderer als noch vor Jahrzehnten. Wir sehen deutlicher, wie dieses Ereignis eingebettet ist in einen größeren geistesgeschichtlichen Kontext, der auch die katholische Kirche erfasste. Wir sehen deutlicher die gemeinsamen spirituellen Strömungen der Zeit damals. Was theologisch trennte, ist heute an vielen Stellen konfessionsverbunden überwunden. Es bleiben aber dennoch auch gewichtige Unterschiede, die man nicht leichtfertig wegwischen darf. Das alles kann und soll man würdigen. Das geschieht auch in vielen Veranstaltungen, die selbstverständlich ökumenisch sein werden. Ich wünsche mir, dass von diesem Reformationsgedächtnis ein neuer Anstoß ausgeht, das verbindend Christliche gemeinsam und mutig in unsere Zeit hineinzubuchstabieren.

Religion war und ist häufig Gegenstand gewaltsamer Auseinandersetzung. Inwiefern kann Religion zwischen unterschiedlichen Glaubensgemeinschaften verbindend wirken?

Bentz: Hier ist es mir sehr wichtig, deutlich zu differenzieren: Immer wieder waren und sind es bestimmte Zerrformen von Religion, die gewaltsame Auseinandersetzungen initiieren. Wir dürfen nicht den Fehler begehen, Religion grundsätzlich als gewaltbereit zu bezeichnen. Da werden wir heute vor allem vielen muslimischen Menschen nicht gerecht. Das Christentum war auch nicht frei von Gewalt. Und doch war es nicht einfach das Christentum als solches, das Gewalt im Namen Gottes auszuüben meinte. Es gibt heute etliche interreligiöse Austauschforen, Räume der Begegnung, institutionalisierte Dialogforen zwischen den Religionen. Das Kennen der Grundzüge der großen Weltreligionen gehört seit Jahrzehnten in unseren Bildungskanon. Nicht Aus- und Abgrenzung schaffen Identität, sondern Begegnung und Austausch verändern Perspektiven und Sichtweisen. Allerdings besteht auf die Breite der Bevölkerung gesehen oft immer noch zu wenig Wissen über ‚den Anderen'. Wir leben zu sehr nebeneinander her. Hier gilt es andere Möglichkeiten der interreligiösen Begegnung und des Miteinanders zu schaffen. Zum Beispiel erlebe ich immer wieder, wie selbstverständlich Integration und interreligiöse Begegnung in unseren katholischen Kindertagesstätten gelebt werden. Muslimische Kinder werden ganz bewusst von ihren Eltern im katholischen Kindergarten angemeldet, weil die Eltern wissen, dass mit Respekt und Aufmerksamkeit der Religiosität der Kinder begegnet wird, Religion, Glaube und Gott aber nicht tabuisiert und ausgeblendet werden.

Stellt es religiöse Identität eher in Frage oder wird sie gerade in der Begegnung mit anderen Glaubensrichtungen erkennbar und plausibel?

Bentz: Wodurch prägt sich Identität aus? Durch die gegenseitige Achtung vor dem Unterscheidenden und zugleich durch das Entdecken des Gemeinsamen. Dazu braucht es Begegnung und die Bereitschaft, miteinander das offene Gespräch zu suchen. Es braucht gemeinsame Erfahrungsräume. Es braucht aber auch einen eigenen klaren Standpunkt, um miteinander in den Dialog und Austausch kommen zu können. Gemeinsamkeiten stärken und Unterschiede respektieren. Angstfrei miteinander umgehen. All das sind entscheidende Grundhaltungen im Miteinander der Konfessionen. ■

Expertin im Nahbereich an den Knotenpunkten des Lebens

Im Gespräch mit Christian Schad, Kirchenpräsident der Evangelischen Kirche der Pfalz (Protestantische Landeskirche) und Mitglied des Vorstands der ZIRP

ZIRP: **Herr Kirchenpräsident, inwiefern gehört das evangelische Christentum zu Rheinland-Pfalz und wodurch ist es hier sicht- und spürbar?**

Christian Schad: Der Protestantismus gehört zum Land genauso wie andere Religionen. Sichtbar wird er zum Beispiel durch die Konstantinbasilika in Trier und die Gedächtniskirche der Protestation in Speyer. Sie sind Wahrzeichen, Orte der Repräsentanz des Heiligen, aber auch der Identifikation der Menschen mit ihrer Heimat. Sie weisen auf eine lange Tradition zurück und sind zugleich Zeugen lebendigen Glaubenslebens heute.
Vor allem werden die evangelischen Kirchen im Land natürlich durch ihre Mitglieder repräsentiert. In unserem Kirchengebiet, der Pfalz, gehören noch immer 70 Prozent aller Bürgerinnen und Bürger einer christlichen Konfession an. Sie engagieren sich in der Nachbarschaftshilfe ebenso wie in der Eine-Welt-Arbeit, in der Kinder- und Jugendhilfe sowie im Alten- und Pflegebereich, in Kunst und Kultur, in Wirtschaft und Wissenschaft. Deutlich sicht- und spürbar war und ist in jüngster Zeit der große Einsatz Haupt- und Ehrenamtlicher in der Arbeit für und mit Flüchtlingen und Asylbewerbern.

Sie kommen ursprünglich aus Rheinland-Pfalz und sind nach dem Studium als Gemeindepfarrer wieder hierher zurückgekehrt. Welche Bedeutung hat die Region für Sie?

Schad: Als Theologiestudent und schließlich Pfarrer hat man das Privileg, dass man ‚Kind' seiner Landeskirche bleibt und in ihr Arbeit findet. Ich arbeite gerne hier und bin dankbar, dass ich nach dem Studium wieder zurückkommen konnte.

Welchen Beitrag vermag die evangelische Kirche mittel- bis langfristig zu leisten, um Identität, auch regionale Identität, zu prägen? Was tun Sie aktuell in den Regionen?

Schad: Kirche, gerade in ihrer volkskirchlichen Gestalt, ist Expertin im Nahbereich. Wir begleiten die Menschen von früh an bis ins hohe Alter. Darum sind wir Träger von Kindergärten, Sozialstationen, Jugend- und Altenhilfeeinrichtungen, Krankenhäusern und Hospizen. Die Kirche steht darüber hinaus für die festliche Gestaltung des Jahreskreises und die Begehung der Lebensübergänge im Familienzyklus. Die gottesdienstliche und seelsorgerische Begleitung an den Knotenpunkten des Lebens ist dabei zentral.
Mit unserer Imagekampagne ‚Heimat | Kirche | Pfalz' bringen wir zum Ausdruck, dass die drei hier verwendeten Begriffe untrennbar zusammengehören. Symbolisch steht dafür eine Kirchenbank, die wechselweise vor dem Hambacher Schloss oder in einer Produktionshalle steht, ein anderes Mal in einem Flüchtlingsheim oder im Fritz-Walter-Stadion in Kaiserslautern.



Christian Schad
Kirchenpräsident der Evangelischen Kirche der Pfalz und Mitglied des Vorstands der ZIRP

Der Begriff ‚Protestantismus' stammt aus Speyer. Was bedeutet er Ihnen heute?

Schad: Im Wort Protestantismus steckt das lateinische Wort ‚protestari' mit seinen beiden Wortteilen ‚pro' und ‚testari'. Das heißt für mich: nicht in einer alles verneinenden Verweigerung zu verharren, sondern positiv ‚für' etwas ‚Zeugnis abzulegen' – einzustehen und aufzustehen für das Leben. „In Sachen Gottes Ehr und unser Seelenheil und Seligkeit belangend, muss ein jeglicher für sich selber vor Gott stehen und Rechenschaft geben", das ist der Kernsatz der Protestation vom 20. April 1529 auf dem 2. Reichstag zu Speyer. Zum ersten Mal traten hier sechs Fürsten und

Vertreter von 14 freien Reichsstädten, also politische Amtsträger, nicht Theologen und Geistliche, als ‚Bekenner' einer reformatorischen Position in die Öffentlichkeit. Sie setzten eine Entwicklung in Gang, die allmählich religiöser Toleranz und schließlich individueller Glaubens- und Gewissensfreiheit den Weg ebnete. Dafür einzustehen, ist eine bleibende Aufgabe.

Die Gutenberg-Bibel hatte auf die Verbreitung von Gottes Wort einen erheblichen Einfluss. Welche Rolle spielt die Person Johannes Gutenberg heute noch, als Referenz vielleicht, aus evangelischer Perspektive?

Schad: Das spezifisch Evangelische ist nach wie vor die Konzentration auf Gottes Wort, auf die lebendige Stimme des Evangeliums. Eine schrift- und zeitgemäße Predigt, die den Bibeltext mit der jeweiligen Gegenwart verbindet, zeichnet für mich einen evangelischen Gottesdienst aus. Johannes Gutenberg steht für die damalige Medienrevolution. Kirche ist immer auch öffentliche Kirche. Die Publizität des Glaubens gilt es neu zu füllen, und dazu auch die jeweils neuen Medien zu nutzen.

2017 jährt sich der Thesenanschlag Martin Luthers zum 500. Mal. Das Reformationsjubiläum wird vielerorts gefeiert, auch in Rheinland-Pfalz. Hat das Jubiläum das Potenzial, die Bekanntheit von und das Interesse an der evangelischen Kirche zu steigern?

Schad: Die Ebernburg bei Bad Kreuznach trägt nicht zu Unrecht die Bezeichnung ‚Wartburg des Westens'. Hier fanden verfolgte Anhänger Martin Luthers Zuflucht. Darüber hinaus sind Worms und Speyer zu nennen, Städte, die für die Entwicklung der Reformation zentral waren. Die Bedeutung beider Städte wird besonders deutlich werden, wenn der ‚Europäische Stationenweg' nach Worms bzw. Speyer führt. Dieser Weg verbindet 68 Städte in 19 europäischen Ländern. Ein starkes Zeichen für ein starkes Europa. Die internationale Aufmerksamkeit wird sich somit auch auf Rheinland-Pfalz richten.

Martin Luther wird heute sehr differenziert gesehen, beispielsweise seine Sicht auf Andersgläubige wie Juden.

Schad: Im Blick auf das Reformationsjubiläum 2017 haben wir als evangelische Kirche eigene Fehler und Schuldverstrickungen offen auszusprechen. Forschungen belegen, dass die späten ‚Judenschriften' des Reformators im weiteren Verlauf der Geschichte zur Rechtfertigung von Judenhass und Verfolgung gedient haben. Die Synode der Evangelischen Kirche der Pfalz beschäftigt sich nicht erst im Vorfeld des Reformationsjubiläums mit diesem Thema. Bereits im Jahr 1995 haben wir uns dazu bekannt, jeder Form von Judenfeindschaft entgegen zu treten und diese Verpflichtung in unsere Verfassung aufgenommen. Klar ist, dass wir reformatorische Irrwege deutlich als solche benennen und sie auf der Grundlage der Heiligen Schrift einer Revision unterziehen müssen.

Rheinland-Pfalz ist weniger durch das Luthertum als durch andere Reformatoren geprägt. Wie macht sich das heute im Kirchenleben bemerkbar?

Schad: Die Pfalz ist entscheidend durch die oberdeutsche Reformation geprägt. Martin Bucer, der spätere Reformator Straßburgs, erhielt 1522 durch Franz von Sickingen eine Pfarrstelle in Landstuhl. Er ist der erste evangelische Pfarrer auf dem Gebiet unserer heutigen Landeskirche gewesen. Im Vorfeld der pfälzischen Kirchenunion von 1818 haben sich die lutherischen und reformierten Hausväter per Volksabstimmung mit überwältigender Mehrheit für eine ‚wahre Vereinigung' ausgesprochen und auf die Festlegung auf ein bestimmtes Bekenntnis verzichtet. Das unterscheidet uns bis heute von allen anderen Gliedkirchen innerhalb der Evangelischen Kirche in Deutschland.

Welche Wirkung hat das Reformationsjubiläum auf die ökumenischen Beziehungen? Können die beiden großen Kirchen gemeinsam ‚feiern'?

Schad: Wir werden 2017 in ökumenischer Weite ein Christusfest feiern. Dazu kommt das Erinnern und Heilen von gegenseitigen Verletzungen im Lauf der Kirchengeschichte seit der Reformation. Im Mittelpunkt wird darum stehen, was bereits Luther als Zentrum des Evangeliums bezeichnete: Allein Jesus Christus! Die Rückbesinnung auf den Grund und den Gegenstand des christlichen Glaubens verbindet die Konfessionen – und legt ein gemeinsames Gedenken und Feiern nahe.

Inwiefern arbeiten Sie mit anderen Religionsgemeinschaften in Rheinland-Pfalz zusammen?

Welchen Beitrag leistet die religiöse Vielfalt zur regionalen Identität?

Schad: Es gibt protestantische Kindertagesstätten in der Evangelischen Kirche der Pfalz, die zu 70 Prozent Kinder mit Migrationshintergrund beherbergen. Die Arbeit mit ihnen und mit ihren Eltern ist eine große Bereicherung und ein wichtiger Schritt im Blick auf gelingende Integration sowie die Toleranz unter Menschen verschiedener Ethnien, Kulturen und Religionen. Diesen Lernprozess führen wir fort in interreligiösen Foren, aber auch im Arbeitskreis Juden und Christen sowie im Dialog mit dem Islam. Evangelische Christen anderer Sprache und Herkunft werden von uns durch einen eigenen Beauftragten begleitet. Darüber hinaus betreut in dem Projekt ‚Brückenbauer' ein evangelisch-koptischer Pfarrer aus Ägypten arabisch-sprachige Gemeinden in unserer Region.

Wie wichtig ist die Begegnung mit anders- und nicht-gläubigen Menschen für die eigene religiöse Identität?

Schad: Echter Dialog setzt auch hier das Verwurzeltsein in der eigenen Tradition voraus. Wer Andere verstehen will, braucht Klarheit darüber, wo er selbst zu Hause ist und was die eigene Sicht prägt. Die Beheimatung in der eigenen religiösen Landschaft ist Voraussetzung zur Einübung von Gemeinschaft mit Andersgläubigen. Das Verstehen des Fremden und die Ausbildung einer eigenen Identität bedingen einander. Man muss jemand sein, um sich zu jemandem verhalten zu können. In der Begegnung mit anders- und nichtgläubigen Menschen fragen wir nach: „Wer bist du? Warum glaubst, denkst, handelst du so – und nicht anders? Was sollte ich wissen über deine Geschichte und über die Gründe deines Entscheidens und Tuns?" Den Anderen nicht nur fremd sein zu lassen, sondern ihm mit Empathie zu begegnen und ihn als meinen Nächsten zu achten, diese Offenheit kennzeichnet, was heute so notwendig ist: ein Ethos aktiver Toleranz. Und es liegt auf der Hand, dass wir bei diesem Verstehen-Wollen auch uns selbst neu verstehen lernen. Wir üben uns darin, uns mit den Augen des Anderen wahrzunehmen, lernen, uns auch selbstkritisch zu hinterfragen – und sehen dabei weiter und tiefer, als beim Blick in den Spiegel eigener Selbstvergewisserung.

Nicht eine scheinbare Toleranz, die aus Beliebigkeit oder resignativer Selbstschwäche entsteht, sondern nur eine vom Wahrheitsanspruch und Verpflichtungscharakter der eigenen Religion überzeugte, starke Toleranz führt zu einer Kultur wechselseitiger Achtung, die dem Frieden zwischen den Religionen dient.

Leider ist Religion nach wie vor häufig Gegenstand gewaltsamer Auseinandersetzungen.

Schad: Religion wird derzeit vor allem unter dem Gewaltaspekt wahrgenommen. Die zivilisierende, Frieden stiftende Kraft der Religionen zu erweisen, ist das Gebot der Stunde. Demgegenüber muss sich in allen Religionen die Einsicht durchsetzen, dass der Glaube an Gott und die Achtung vor den Mitmenschen zusammengehören. Zur religiös fundierten Toleranz gehört darum auch der Widerspruch gegen Überzeugungen, die die Voraussetzung der Toleranz aufheben, weil sie es an der Anerkennung der Person und ihrer Würde fehlen lassen. Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit, fundamentalistische Überlegenheitsbehauptungen oder die Rechtfertigung von Gewalt sind Haltungen, die elementare Bedingungen von Toleranz verneinen – und deshalb ihrerseits keine Toleranz verdienen. Um hier zu einer Unterscheidung der Geister zu gelangen, habe ich während der letzten Tagung unserer Landessynode einen neuen konziliaren Prozess, eine Initiative für Frieden zwischen den Religionen und Kulturen, angestoßen. Auch diesbezüglich kann das weltoffen und international gefeierte Reformationsjubiläum wichtige Impulse liefern. ■

Musik kennt keine Grenzen

> Die Deutsche Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz ist das Orchester der erweiterten Metropolregion Rhein-Neckar und steht für die selbstverständliche Begegnung mit sinfonischer Musik an Rhein, Neckar und in der Pfalz. Unser Orchester leistet einen sinnstiftenden Beitrag zur kulturellen Identität der Metropolregion. Musik kennt keine Grenzen, sie verbindet und schafft Gemeinschaft. In der Begegnung unterschiedlicher Künste und Kulturen wohnt ein großer Reichtum, den wir mit unserer Arbeit vermitteln wollen.

Prof. Michael Kaufmann
Intendant der Deutschen Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz



Gelehrte, Geschichte und neue Generationen

Im Gespräch mit Avadislav Avadiev, Vorsitzender des Landesverbandes der Jüdischen Gemeinden in Rheinland-Pfalz

ZIRP: **Herr Avadiev, inwiefern gehört das Judentum zu Rheinland-Pfalz und wie ist es heute hier sicht- und spürbar?**

Avadislav Avadiev: Die ersten Juden kamen vor circa 1.000 Jahren hierher. Besonders prägend war jüdische Kultur in den SCHUM-Städten Mainz, Speyer und Worms im Mittelalter. Damals waren viele jüdische Menschen erfolgreiche Kaufleute oder Architekten. Auch bis heute wichtige jüdische Gelehrte lebten, studierten und lehrten dort. Rabbi Schlomo ben Jizchak (kurz: Raschi) zum Beispiel hat der Welt – jüdisch wie nicht-jüdisch – ein enormes philosophisches Werk und bedeutende Thora-Kommentare hinterlassen, die heute noch immer gelehrt werden. Er und weitere Weisen haben dadurch Spuren in Rheinland-Pfalz hinterlassen. Jüdisches Leben und Juden waren früher überall in Rheinland-Pfalz sichtbar, nicht nur in Mainz, Speyer und Worms. Auch viele kleinere Orte hatten eine Synagoge. Im Ersten Weltkrieg beispielsweise haben viele jüdische Soldaten gekämpft, die für ihr Vaterland ihr Leben verloren haben. Manche jüdischen Familien haben freiwillig ihr einziges Kind in den Krieg geschickt, um ihr Vaterland, das sie wie der Rest der Bevölkerung bedroht sahen, zu verteidigen. Die Juden gehörten immer hier her. Und jüdisches Leben ist bis heute deutlich sichtbar in Rheinland-Pfalz, beispielsweise durch jüdische Feste wie das Pessach-Fest.

Sie leben nun schon seit über 20 Jahren in Koblenz. Würden Sie sich selbst als Rheinland-Pfälzer oder als Koblenzer bezeichnen? Welche Bedeutung hat Heimat für Sie?

Avadiev: Ja, ich empfinde mich auf jeden Fall als Koblenzer und als Rheinland-Pfälzer. Ich selbst reise auch sehr viel. Für mich fängt Heimat bei meinem Pass an, dem Reisepass der Bundesrepublik Deutschland. Dieses ganz kleine Dokument mit nur ein paar Blättern repräsentiert, dass man deutscher Bürger ist. Und dann sollte man Deutschland auch nach außen hin vertreten können. Vertreten – das heißt, man muss wenigsten über die deutsche Kultur, die deutsche Sprache, deutsche Geschichte, deutsche Religion im Sinne jüdisch-christlicher Tradition, deutsche Küche, die noch einmal ganz anders ist als jüdische Küche, und viele weitere Aspekte Bescheid wissen, um sie anderen Menschen verständlich machen zu können. Es reicht nicht aus, hier in Deutschland zu sein oder aus Deutschland zu kommen. Für mich ist derjenige deutsch, der Deutschland nach außen vertreten kann. Damit geht auch ein Gefühl der Verbundenheit einher, mit dem Land und den Menschen. Beispiel Kölner Silvesternacht. Als ich davon gehört habe, hat es sich angefühlt, als ob diese Menschen meine Frau, meine Schwester, meine Tochter angegriffen hätten. Sie haben unsere Freiheit angegriffen. Und all das trägt dazu bei, dass ich sage: Das hier ist mein Land, ich lebe hier und das ist gut so.

Hat Ihnen Ihre Religion damals dabei geholfen, in Koblenz anzukommen?

Avadiev: Ja. Die Religion war das Hauptargument, warum ich überhaupt nach Koblenz gekommen bin. Ich komme aus einer traditionellen jüdischen Familie, die in einem islamisch geprägten Land gelebt hat. Mit dem Zusammenbruch der ehemaligen Sowjetunion und den verschiedenen Strömungen war es dort schwierig, unseren jüdischen Glauben frei auszuleben. Damals war es generell sehr gefährlich und als Jude noch mehr. Als ich dann hier ankam, war ich erstmal sehr verwundert. Ich wollte am Samstag zum Gottesdienst, aber es war alles geschlossen. Das gab es noch nicht einmal in Usbekistan. Außerdem habe ich beim zweiten Blick den jüdischen Friedhof gesehen. Da war für mich klar, hier kann nicht die Synagoge sein. Jüdische Synagogen und der Friedhof müssen streng genommen getrennt voneinander sein, da alles, was mit der Bestattung zusammenhängt, nicht koscher, also nicht rein ist. Deshalb wurden jüdische Friedhöfe frü-

her auch außerhalb der Städte angelegt. Dass Synagoge und Friedhof direkt nebeneinander liegen, das kannte ich vorher nicht und das hat mich zunächst sehr irritiert. Später habe ich dann festgestellt, dass die Koblenzer Gemeinde sehr klein war. Es gab nur einmal im Monat einen Gottesdienst, weil ansonsten nicht die für die Durchführung eines Gottesdiensts notwendige Mindestanzahl von zehn jüdischen Männern zusammengekommen ist. Neben den jüdischen Feiertagen gab es nur zwölf Gottesdienste im Jahr. Nach einer Weile, als ich ein wenig besser Deutsch gesprochen habe, habe ich angefangen, jüdische Menschen, auch aus der Umgebung, für den Gottesdienst zu gewinnen. Heute haben wir freitags und samstags um die 50 Besucherinnen und Besucher in der Synagoge. An den Feiertagen sind es sogar 120 und es wären noch mehr, wenn wir mehr Platz hätten.

Man könnte also sagen, dass Sie der jüdischen Gemeinde in Koblenz wieder Leben eingehaucht haben?

Avadiev: Ohne die Zuwanderung der Menschen aus der ehemaligen Sowjetunion hätte das aber nicht funktioniert. Deutsche Juden aus der Zeit vor dem Nationalsozialismus gab und gibt es nur noch sehr, sehr wenige. Diesen wenigen Menschen müssen wir sehr dankbar sein, dass sie trotz des Erbes des Holocausts die Gemeinden so erhalten und wieder aufgebaut haben. Diese Generation hat sehr viel geleistet. Mir persönlich ist es auch sehr wichtig, ein neues deutsches Judentum aufzubauen. Das, was uns im Holocaust verloren gegangen ist, das müssen wir wieder aufbauen. Das braucht allerdings Zeit. Und es fängt alles bei diesem Stückchen Reisepass an, von dem ich vorher gesprochen habe. Die Menschen müssen verstehen, welchen Sinn es macht, wenn sie ihre Kinder in die Synagoge bringen und wir müssen die jungen Menschen für uns gewinnen.

Was tun Sie konkret dafür, junge Menschen für die Gemeinde zu gewinnen?

Avadiev: Beispielsweise bieten wir seit 2014 ungefähr zweimal im Jahr sogenannte Shabbatons an. Der Shabbat, das wissen Sie ja sicherlich, ist im Judentum heilig. Shabbat, das bedeutet Entspannung, Besinnlichkeit, feiern im Kreise der Familie und die Möglichkeit, in der Gemeinde zusammenzukommen. Zu den speziellen Jugend-Shabbaton laden wir junge Rabbiner, zum Beispiel aus England und Kanada, ein und besprechen viele verschiedene jüdische Fragestellungen, die für Jugendliche interessant sind: Wie sieht der jüdische Lebensstil heute aus? Warum sind die Kashrut, also die jüdischen Speisegesetze, oder der Shabbat wichtig? Wer kann sich überhaupt als Jude bezeichnen? Wie sieht eine jüdische Hochzeit aus? Weitere Themen sind Judentum und Leben, Judentum und Sterben, Judentum und Medizin bzw. Wissenschaft. Und zusätzlich dazu gibt es ein ausgelassenes Rahmenprogramm. Letztes Jahr waren die jungen Leute Lasertag spielen und nach dem Shabbat-Ausgang gab es ein Konzert. Das ging bis zwei, drei Uhr nachts. Und durch diese Shabbatons sind tatsächlich viele neue junge Gesichter zu unserer Gemeinde dazugekommen, die ich vorher nicht kannte.



Avadislav Avadiev
Vorsitzender des Landesverband der jüdischen Gemeinden Rheinland-Pfalz

Haben Sie auch Veranstaltungen, mit denen Sie explizit nicht-jüdische Menschen ansprechen, um diesen Ihren Glauben näherzubringen?

Avadiev: Über der Synagoge steht ein Spruch: „Mein Bethaus, ist dein Bethaus." Damit ist eigentlich alles gesagt. Die Synagoge steht für jeden, ob jüdisch oder nicht, offen. Freitags und samstags haben wir oft Besuch von christlichen Freundinnen und Freunden. Jeder sei herzlich eingeladen, uns zu besuchen. Wir bieten außerdem Führungen an, zum Beispiel für Schulen. Besonders in den Schulen ist das sehr wichtig, da die meisten Menschen nur sehr, sehr wenig über das Judentum wissen. Wir sind auch gerne bereit, Interessierten mehr über das Judentum in Rheinland-Pfalz und seine Tradition zu erzählen. Über die jüdischen Spuren in Rheinland-Pfalz ist der Bevölkerung gemeinhin wenig bekannt. Immerhin gibt es allein in unserem Koblenzer Gebiet 101 jüdische Friedhöfe, viele davon sind mehrere hundert Jahre alt. Diese Friedhöfe stehen für ehemals über 100 jüdische Gemeinden. Fast jeder Ort hatte früher eine eigene jüdische Gemeinde.

Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit anderen Religionen?

Avadiev: Heutzutage müssen wir mit allen Akteuren an einem Tisch sitzen und Gespräche führen. Gespräche sind unerlässlich, um junge Menschen vor Radikalisierung und Hasspredigern zu schützen, um ihnen zu zeigen, dass sie Teil dieser Gesellschaft sind. Zu bestimmten Anlässen kommen Vertreter des Christentums, des Islams und des Judentum zusammen. Wir arbeiten auch eng mit der Gesellschaft für Christlich-Jüdische Zusammenarbeit zusammen und organisieren sogenannte Heimatbesuche. Da kommen Menschen aus den USA, aus Israel oder anderen Ländern einmal im Jahr und besuchen ihre Angehörigen auf unseren jüdischen Friedhöfen. Es gibt verschiedene Anknüpfungspunkte für Zusammenarbeit auf unterschiedlichen Ebenen.

Mainz, Speyer und Worms arbeiten aktuell daran, dass die SCHUM-Städte in das UNESCO Kulturerbe aufgenommen werden. Wie wichtig ist diese Anerkennung, um das Bewusstsein für jüdische Identität in Rheinland-Pfalz weiter zu schärfen?

Avadiev: Ich persönlich hoffe sehr, dass wir diese Anerkennung erhalten werden. Das Projekt wird ja auch von der Landesregierung sehr unterstützt. Aber das ist ja nicht nur für Rheinland-Pfalz wichtig, sondern für die ganze Bundesrepublik und für ganz Europa. Das habe ich ja schon gesagt, die jüdischen Weisen der SCHUM-Städte haben einen Schatz hinterlassen, der dem jüdischen Volk und der ganzen Menschheit gehört. Deshalb müssen wir etwas machen, damit auch die Menschen in Europa diese Schätze begreifen und an sie herankommen, sie verstehen können. Das ist wichtig für uns und für die kommenden Generationen. Die Anerkennung als Welterbe würde die jüdische Glaubensgemeinschaft in Rheinland-Pfalz, in der Bundesrepublik, in Europa stärken.

Wie genau soll das neue, deutsche Judentum, von dem Sie gesprochen haben, aussehen?

Avadiev: Den Holocaust können und dürfen wir natürlich nicht vergessen. Es gibt kaum Familien, seien es deutsche oder aus den GUS-Staaten[1] zugewanderte, die nicht jemanden während der Shoah verloren haben. Doch mit dem neuen, deutschen Judentum meine ich hauptsächlich die jetzige Generation, die jungen Menschen, die hier aufgewachsen sind und die wir heute für das Judentum begeistern müssen. Sie legen den Grundstein für die Zukunft. Das sind Bausteine des deutschen Judentums, mit diesen können wir bauen. Menschen, die stolz sind, hier als Juden zu leben und sich als solche öffentlich zeigen. ■

[1] Die Abkürzung GUS steht für die Gemeinschaft Unabhängiger Staaten. Dabei handelt es sich um eine regionale internationale Organisation, in der sich verschiedene Nachfolgestaaten der Sowjetunion zusammengeschlossen haben. Sitz der GUS ist die weißrussische Hauptstadt Minsk.

Im gesellschaftlichen Leben verankert

Im Gespräch mit Hajrudin Katica, Vorsitzender der Schura Rheinland-Pfalz, Landesverband der Muslime

ZIRP: **Herr Katica, verschiedene deutsche Politiker (Schäuble 2006, Wulff 2010, Merkel 2015) haben es bereits festgestellt: „Der Islam gehört zu Deutschland". Inwiefern würden Sie sagen, gehört der Islam zu Rheinland-Pfalz? Was verbindet beide?**

Hajrudin Katica: Der vertrauensvolle Dialog mit der Landesregierung, den Religionsgemeinschaften, den verschiedenen Institutionen und natürlich mit den Nachbarn und Mitbürgern ist für die Muslime in Rheinland-Pfalz selbstverständlich und unverzichtbar. Die Mehrzahl der Muslime sehen Rheinland-Pfalz als ihre Heimat an und fühlen sich hier zu Hause. Sie sind Teil der Gemeinschaft und mit dem Land und den demokratischen und freiheitlichen Grundwerten tief verbunden. Wir nehmen zusammen mit unseren Nachbarn und Mitbürgern am gesellschaftlichen Leben teil und lösen gemeinsam die Schwierigkeiten des Alltags. In den verschiedenen Vereinen und Organisationen sind Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzer muslimischen Glaubens zahlreich vertreten und sie sind unverzichtbarer Teil von ihnen geworden. Feiertage und Feste werden zusammen vorbereitet und durchgeführt. Im Grunde genommen sind die Muslime in Rheinland-Pfalz vollkommen integriert in das gesamtgesellschaftliche Leben. Wir sind Teil dieses Landes, wir gehören zu Deutschland und damit natürlich auch zu Rheinland-Pfalz.

Inwiefern ist der Islam sicht- und spürbar in Rheinland-Pfalz?

Katica: Die zahlreichen muslimischen Gemeinden mit ihren Moscheebauten in Rheinland-Pfalz deuten von einer hohen Präsenz der Muslime hierzulande. Es gibt kaum eine Stadt, in der es keine muslimische Gemeinde gibt. Mittlerweile ist der Begriff ‚Hinterhofmoschee' zur Ausnahme geworden. Die Muslime errichten oder erwerben Gebäude zentrumsnah und gut sichtbar. Auf Transparenz und Offenheit gegenüber der nichtmuslimischen Bevölkerung wird großer Wert gelegt. Jede Gemeinde organisiert teilweise mehrmals jährlich Feste, zu denen alle Mitbürgerinnen und Mitbürger eingeladen werden. Charakteristisch dafür ist der 3. Oktober, an dem jedes Jahr der ‚Tag der offenen Moschee' in fast allen muslimischen Gemeinden durchgeführt wird. Dadurch sollen Berührungsängste und Vorurteile abgebaut und der Glaube interessierten Mitbürgerinnen und Mitbürgern erklärt werden.

Seit wann leben Sie in Rheinland-Pfalz? Welche Bedeutung hat Heimat für Sie?

Katica: Ich bin sozusagen von Geburt an stolzer Rheinland-Pfälzer. Meine Eltern haben vor rund einem halben Jahrhundert den Grundstein für meine Zukunft und meine Identität hier in Rheinland-Pfalz gelegt. Meine Familie bis zur dritten Generation hat hier ihren Lebensmittelpunkt. Genau wie ich fühlen sich meine Kinder dem Land sehr verbunden. Die Frage bezüglich Heimat lässt sich nur schwierig beantworten. Meine Kinder verbinden Rheinland-Pfalz bzw. Deutschland mit dem Begriff Heimat. Lediglich der Ursprung ist dann Bosnien und Herzegowina. Betrachtet man den Begriff Heimat genauer, so könnte man sagen, dass meine Heimat auch hier in Rheinland-Pfalz ist. Ich habe meine Zukunft und mein HEIM hier aufgebaut und bestreite die meiste Zeit meines Lebens hier. Natürlich besteht eine gewisse Verbundenheit mit dem Land meiner Eltern und Großeltern. Es wäre einfacher zu sagen ‚erste' und ‚zweite' Heimat, aber dann stellt sich wiederum die Frage nach der Reihenfolge. Es ist immer eine Sache der Auslegung bzw. Definition.

Was unternehmen die islamischen Gemeinden in Rheinland-Pfalz, um Abgrenzung zu überwinden und Integration zu fördern?

Katica: Es gibt eine Reihe von Aktivitäten, die von den islamischen Gemeinden zur Förderung der

Integration und Überwindung der Abgrenzung regelmäßig durchgeführt werden. Wie bereits erwähnt, findet jedes Jahr deutschlandweit der Tag der offenen Moschee statt. Es werden aber auch andere vergleichbare Aktionen wie Grillfeste, Konzerte oder ähnliches durchgeführt, zu denen alle eingeladen werden. Auch Veranstaltungen und Seminare in Zusammenarbeit mit den einzelnen Verbänden und muslimischen Religionsgemeinschaften finden regelmäßig statt. Moscheeführungen für Schulklassen und andere interessierte Gruppen gehören ebenfalls zum Programm der Moscheegemeinden.

Eine Mehrheit der deutschen Bevölkerung betrachtet den Islam als Bedrohung[1] und nicht nach Deutschland passend.[2] Wie gehen Sie damit um und was könnte der Beitrag der islamischen Gemeinden sein, um dieses negative Bild zu verändern? Welche Herausforderungen und Erfolge sehen Sie?

Katica: Fast täglich gibt es Meldungen und Berichte über terroristische und unmenschliche Anschläge auf der ganzen Welt. Wenn diese Taten mit dem Islam durch irgendwelche Begrifflichkeiten in Verbindung gebracht werden, gerät die Religion natürlich in Generalverdacht. Auf der einen Seite werden die Opfer gezeigt, auf der anderen Seite werden die Täter mit der Religion in Verbindung gebracht. Diese Art von Berichterstattung ist durchaus üblich und in allen Medien auf der ganzen Welt weit verbreitet. Sie führt allerdings dazu, dass die Zuschauerinnen und Zuschauer aus Angst vor solchen Tätern und Taten den Weg des geringsten Widerstands gehen, das heißt: alles verurteilen und meiden was mit den Tätern zu tun hat. Die Mehrheit dieser Menschen äußert sich dann in Meinungsumfragen so wie sie es bisher getan haben.
Unsere Herausforderung besteht darin, diesen Generalverdacht von unserer Religion abzuwenden und den Menschen durch Transparenz und die vorher genannten Aktionen und Veranstaltungen zu zeigen, dass der Islam genauso wie die anderen monotheistischen Religionen auf Frieden aufgebaut und ausgerichtet ist. Wir stellen immer wieder fest, dass nach Moscheeführungen oder ähnlichen Aktionen die Besucherinnen und Besucher bei der Verabschiedung ihr falsches Bild vom Islam revidieren und in Gesprächen mitteilen, dass sie jetzt erst den wahren Islam kennengelernt haben. Diese Aussagen ermutigen uns, den Dialog weiterhin intensiv fortzuführen



Hajrudin Katica
Vorsitzender der Schura Rheinland-Pfalz, Landesverband der Muslime

und den Islam transparent darzustellen. Nur so können wir diesem Generalverdacht entgegenwirken.

Inwiefern prägen die muslimischen Gemeinden rheinland-pfälzische islamische Identität?

Katica: Indem sie sich aktiv am gesellschaftlichen Leben und gemeinsam mit der nicht-muslimischen Bevölkerung an verschiedenen Aktionen beteiligen oder organisieren. Bestes Beispiel ist die Flüchtlingsproblematik. Die muslimischen Gemeinden leisten einen nicht unerheblichen Beitrag zur Integration dieser Menschen in die hiesige Gesellschaft. Deutschkurse, Hilfe bei Behördengängen, Dolmetschertätigkeiten und verschiedene Seminare und Vorträge zum Zweck der Integration sind für die Gemeinden zum Alltag geworden. Es ist keine Seltenheit, dass sogar Flüchtlinge mit anderem Glaubensbekenntnis die Moscheegemeinden aufsuchen und Hilfsangebote beanspruchen. Für die Gemeinden ist es eine Selbstverständlichkeit, allen in Not geratenen Menschen zu helfen; unabhängig von ihrer Nationalität oder ihrem Glaubensbekenntnis. Dies gehört zu den Pflichten aller gläubigen Muslime.

In Rheinland-Pfalz gibt es Modellversuche zum islamischen Religionsunterricht. Welche Rolle kann oder muss Religionsunterricht beim Thema

[1] Vgl. Hafez, Kai/Schmidt, Sabrina (2015): Die Wahrnehmung des Islams in Deutschland. Religionsmonitor – verstehen was verbindet. Verlag Bertelsmann Stiftung: Gütersloh.

[2] Vgl. WDR (2015): Für fast zwei Drittel der Bürger gehört der Islam nicht zu Deutschland. URL: https://presse.wdr.de/plounge/wdr/programm/2016/05/20160512_ihre_meinung_umfrage.html [13.02.2017].

kulturelle und religiöse Vielfalt spielen? Kann über Religionsunterricht gegenseitige Akzeptanz gefördert werden?

Katica: Wir sind überzeugt, dass islamischer Religionsunterricht wesentlich zur Integration und zum besseren Verständnis untereinander beiträgt. Ein solcher flächendeckender Unterricht ist die einzige Möglichkeit, an ausnahmslos alle muslimischen Jugendlichen ranzukommen und ihnen die Grundkenntnisse und die Säulen des Islam zu vermitteln. Erfahrungsgemäß besuchen nur rund 20 Prozent aller muslimischen Kinder regelmäßig den von den Gemeinden angebotenen sogenannten Koranunterricht. Mir ist kein einziger Fall bekannt, wo diese Kinder bzw. Jugendlichen kriminell oder straffällig geworden sind. Durch die Vermittlung des friedliebenden Islam und der damit verbundenen Pflichten werden Jugendliche in ihrem Glauben gefestigt. Sie können, konfrontiert mit Vorurteilen und Anfeindungen, selbstbewusst argumentieren und so zum besseren gegenseitigen Verständnis beitragen.
Nur wenn beide Seiten ausreichend Kenntnis über ihre Religionen haben, können vernünftige Gespräche auf Augenhöhe geführt werden. Die einzige Möglichkeit, diese Voraussetzungen zu schaffen und wirklich ALLE zu erreichen, ist der islamische Religionsunterricht.

Arbeiten Sie mit anderen Religionsgemeinschaften in Rheinland-Pfalz zusammen? Welchen Beitrag leistet die religiöse Vielfalt zur regionalen Identität?

Katica: Die Zusammenarbeit mit den anderen Religionsgemeinschaften ist in Rheinland-Pfalz sehr intensiv und gleichbleibend qualitativ hoch. Es werden regelmäßig sogenannte christlich-islamische Dialoge auf Augenhöhe geführt, bei denen die verschiedenen Standpunkte und Ansichten sachlich und fachlich diskutiert werden. Es ist immer wieder bemerkenswert, dass es eigentlich viel mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede gibt. Allein die Tatsache, dass der Islam mit dem Christentum bzw. dem Judentum in den Grundzügen bzw. Büchern in über 90 Prozent übereinstimmt, bietet eine hervorragende Grundlage für solche Gespräche. Man sollte sich viel mehr auf diese zahlreichen Gemeinsamkeiten konzentrieren und diese hervorheben und nicht die wenigen Unterschiede fokussieren.
Die erfolgreiche Zusammenarbeit beschränkt sich aber nicht nur auf solche Dialoge. Es werden regelmäßig Veranstaltungen wie Friedensgebete oder gegenseitige Besuche der Gotteshäuser organisiert und durchgeführt. Man besucht sich bei den religiösen Feierlichkeiten und nimmt an diesen Teil. Die gegenseitige Akzeptanz und Achtung trägt somit einen wesentlichen Teil dazu bei, die regionale Identität zu festigen und weiter auszubauen. Nur durch diese Art von Zusammenarbeit und gemeinsamem Wirken ist die religiöse Identität erkennbar und plausibel. Die Erfahrungen und Erkenntnisse der Gelehrten und Gläubigen, die konstruktive Zusammenarbeit betreiben, belegen dies eindeutig. ■





ch mein ganzes Leben ist und wird seyn ein ewiges Grüßen des lieblichen Bildes das mir in dem Thal der Mosel und des Rheines begegnet ist …

Max von Schenkendorf in einem Brief an Emma von Jasmund vom 8. Mai 1816

Kultur ist Verständigung

71 **Zweierlei Fränkisch an Rhein und Mosel**
Dr. Georg Drenda

74 **Mundart hilft beim Menschsein**
Im Gespräch mit Arnim Töpel

76 **Mainzer Fastnachtsmusik: Aus dem Schatten des Doms in die Welt**
Benjamin Scholian

Zweierlei Fränkisch an Rhein und Mosel

Dr. Georg Drenda
Wissenschaftlicher Angestellter am Institut für Geschichtliche Landeskunde an der Universität Mainz e. V.

Die deutsche Standardsprache, gemeinhin als ‚Hochdeutsch' bezeichnet, hat sich erst seit dem 16. Jahrhundert in einem langwierigen Prozess allmählich entwickelt. Sie ist nicht aus einem bestimmten Dialekt hervorgegangen, sondern stellt ein Amalgam dar, zu dem viele Dialekte, vor allem oberdeutsche (Süddeutschland) sowie ostmitteldeutsche (südliches Ostdeutschland) beigetragen haben. Anders die Dialekte: Diese hat es – übertrieben ausgedrückt – schon immer gegeben. Das älteste Deutsch (Althochdeutsch, 8. bis 11. Jahrhundert) begegnet uns ausschließlich in dialektaler Zersplitterung. Eine Einheitssprache war noch lange nicht in Sicht.

Die sprachliche Grundlage für die heute in Rheinland-Pfalz verbreiteten Dialekte hat der germanische Volksstamm der Franken gelegt. Dieser expandierte vor mehr als anderthalb Jahrtausenden vom Gebiet der heutigen Niederlande ausgehend über Belgien nach Nordfrankreich sowie über Mosel und Rhein bis in die Maingegend. Die Franken waren keine ethnisch homogene Einheit. Sie rekrutierten sich vielmehr aus Kleinstämmen und Sippenverbänden verschiedener Herkunft. Die Gebiete an Rhein und Mosel besiedelten im 5. Jahrhundert, den Kelten und Römern folgend, die Rheinfranken und die Moselfranken. Auch diese Teilstämme stellten keineswegs einheitliche Populationen dar, sondern einen Zusammenschluss von Gemeinschaften unterschiedlicher Abkunft. Das ethnische ‚Patchwork' spiegelte sich in einer Vielzahl von Idiomen wider, die die Grundlage unserer heutigen Dialektverschiedenheit bilden. Die fränkischen Neuankömmlinge vermischten sich mit der ansässigen romanischen Bewohnerschaft, was zu weiterer Diversifikation der Sprachen führte. Die stabilen Grenzen der spätmittelalterlichen Territorien, die bis um 1800 bestanden, sowie die Verwaltungs-, Schulsprengel- und Kirchspielgrenzen gaben der Bevölkerung bis weit in die Neuzeit hinein den Radius der horizontalen Mobilität und somit der Sprachkontakte vor. Nicht-Kommunikation in eine bestimmte geographische Richtung führte zur Herausbildung und Stabilisierung von Dialektgrenzen. Mehr oder weniger große Sprachdifferenzen lassen sich bis in die Gegenwart hinein mitunter von Ort zu Ort konstatieren.

Das Landesgebiet von Rheinland-Pfalz teilen sich zwei große Dialektverbände, die nach den fränkischen Teilstämmen benannt sind: das Moselfränkische nördlich von Hunsrück und Taunus sowie das Rheinfränkische südlich davon (Abbildung auf Seite 72). Beide setzen sich über die Landesgrenzen hinaus fort. Das ‚Bindestrich-Land' hat also eine Entsprechung in der Zweiteilung der Dialektlandschaft. Die Komponente ‚Rheinland' lässt sich mit ‚Moselfränkisch' verbinden und ‚Pfalz' mit ‚Rheinfränkisch'. Die Grenze zwischen beiden Dialekträumen bildet die **dat/das**-Linie. Das Moselfränkische bewahrt in einigen Wörtern wie **das**, **was**, **es**, **eins** einen alten Sprachstand mit unverschobenem **t**. Es heißt also in den Dialekten **dat**, **wat**, **et**, **eint** usw. Das Rheinfränkische hingegen hat, wie die Standardsprache generell, das alte **t** zu **s** verschoben. Darüber hinaus gibt es noch eine Reihe weiterer Divergenzen. Moselfränkisch **us**, **dau**, **gekannt**, **gebracht** steht rheinfränkisch **uns**, **du**, **gekennt** und **gebrung(e)** gegenüber. Auch innerhalb der beiden Dialektgruppen ist sprachliche Verschiedenheit zu verzeichnen. So hat zum Beispiel der südliche Teil des Moselfränkischen **uf** - ‚auf', **Bien** - ‚Biene', **Brurer** - ‚Bruder', **Hingel** - ‚Henne'. Dem entspricht im Norden **op**, **Bäi**, **Broder** und **Hohn**. Auch das Rheinfränkische lässt sich in Teilareale gliedern. Der Norden hat zum Beispiel **Fliil** - ‚Flügel', **drogge** - ‚trocken', **geschwumm** - ‚geschwommen' und **Kamm**. Im Süden heißt es: **Flichel**, **drugge**, **geschwumme** und **Strähl**. Die hier aufgeführten Teilräume lassen sich weiter differenzieren. Auf die nicht selten vorkommenden Dialektunterschiede zwischen Nachbarorten wurde bereits hingewiesen.

Das Standarddeutsche ist die Sprache des Fernsehens und Radios, der Zeitungen und Bücher, der formellen Reden und des Schulunterrichts. Seine kommunikative Reichweite innerhalb Deutschlands ist unbegrenzt. Die schwäbische Friseurmeisterin beispielsweise wird am Telefon hochdeutsch sprechen, wenn sie bei einem säch-



Mosel- und Rheinfränkisch in Rheinland-Pfalz

sischen Hersteller Haarpflegeprodukte bestellt. Würden beide Seiten ihren heimatlichen Dialekt verwenden, wäre ein Informationsaustausch nur schwer, vielleicht gar nicht möglich. Die Standardsprache erlaubt Kommunikation über alle Dialektgrenzen hinweg. Der Dialekt hingegen funktioniert nur innerhalb eines bestimmten Radius.

In den letzten Jahrzehnten ist eine Tendenz weg vom kleinräumigen Dialekt (Ortsdialekt) hin zum Regionaldialekt erkennbar. Diese Entwicklung hängt unter anderem mit der Zunahme der Mobilität, vor allem in Form des Pendlertums zusammen. Bei den ortsüberschreitenden Berufs- und Freizeitkontakten dient häufig noch immer der Dialekt als primäres Verständigungsmittel. Die Kommunikationspartner, die nicht aus demselben Umkreis kommen, passen aber ihre Ausdrucksweise an, indem sie Dialektformen vermeiden, von denen angenommen wird, dass sie dem anderen fremd sein könnten. Die Akkommodation führt schließlich dazu, dass sich eine neue Sprachlage entwickelt, in der lokal-exklusive Dialektmerkmale, die eine sehr begrenzte horizontale Reichweite haben, durch solche ersetzt sind, die innerhalb eines größeren Umkreises gelten. So wird zum Beispiel das kleinräumig um Mainz vorkommende **Klosterbeer** für ‚Stachelbeere' zunehmend durch das großregionale Wort **Gruschel** ersetzt. Das in Teilen der Vorderpfalz übliche **Leut** - ‚Leute' wird von **Lait**, der großlandschaftlichen Form, verdrängt. Die neue Sprachlage, der Regionaldialekt, ermöglicht also Kommunikation innerhalb des Dialekts über größere Flächen.

Die zunehmende Expansion der Massenmedien seit den 1950er Jahren und die Forcierung der Schulbildung seit den 1960er Jahren haben in Deutschland zu einer flächendeckenden Verbreitung der Standardsprache geführt. Unter den nachkriegsgeborenen Rheinland-Pfälzern gibt es kaum noch reine Dialektsprecher. In der Regel verfügt man heutzutage über eine doppelte Sprachkompetenz, die sowohl den Dialekt als auch die Standardsprache einschließt. Je nach Situation, Anlass und Gesprächspartner kann zwischen beiden gewählt werden. Dabei ist der Übergang zwischen Dialekt und Standardsprache fließend, so dass auch der mittlere Bereich für die Kommunikation nutzbar gemacht werden kann. Die primäre Verwendungsdomäne des Dialekts stellen Familie und heimatlicher Nahbereich dar. Aber auch außerhalb dieses Lebensraums wird häufig Dialekt gesprochen, zum Beispiel am auswärtigen Arbeitsplatz, beim Einkaufen im nahegelegenen Hauptort usw. Mit der Verwendung des Dialekts wird die regionale Herkunft signalisiert. Man drückt Verbundenheit mit der Heimat aus. Durch den kollektiven Sprachgebrauch erzeugt und verstärkt die Dialektgemeinschaft das Zusammengehörigkeitsgefühl und Wir-Bewusstsein. Die gemeinsame Sprache fungiert als Symbol der lokalen und regionalen Identität und dient der Abgrenzung von den ‚anderen'.

Die gegenwärtige Zeit ist von einer rasant zunehmenden Computerisierung, die bis in das Alltagsleben des Menschen hineinwirkt, gekennzeichnet. Die nationalen Strukturen lösen sich zugunsten von Europäisierung und Globalisierung immer mehr auf. Das Sich-Zurechtfinden in der heutigen digitalen und sozio-ökonomischen Welt fällt vielen Zeitgenossen schwer. Die Reaktion darauf zeigt sich vielfach in der Sehnsucht nach Überschaubarem, Vertrautem und Beständigem. Eine Verkörperung dessen stellt die Heimat als Ort der Geborgenheit und Sicherheit dar. Teil der Heimat ist stets auch der Dialekt. Seine Wiederbelebung in den letzten Jahren, die sich auch in seiner zunehmenden Vermarktung durch die Medien (in Comics, Popsongs, Fernsehfilmen usw.) zeigt, ist in diesem Zusammenhang zu sehen. ■

Literatur:

Bellmann, Günter (1983): Probleme des Substandards im Deutschen. In: Mattheier, Klaus J. (Hrsg.): Aspekte der Dialekttheorie. Tübingen. S. 105 - 130.

Dietz, Angelika [u. a.] (Red.) (2003): Renaissance des Dialekts? [Tübingen].

Drenda, Georg (2008): Kleiner linksrheinischer Dialektatlas. Sprache in Rheinland-Pfalz und im Saarland. Stuttgart.

Drenda, Georg (2014): Wortatlas für Rheinhessen, Pfalz und Saarpfalz. St. Ingbert.

Mattheier, Klaus J. (1980): Pragmatik und Soziologie der Dialekte. Einführung in die kommunikative Dialektologie des Deutschen. Heidelberg.

Mattheier, Klaus J. (2003): Aspekte einer rheinischen Sprachgeschichte. In: Besch, Werner [u. a.] (Hrsg.): Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung. 3. Teilbd. 2. Aufl. Berlin, New York. S. 2712 – 2729.

Schmidt, Wilhelm (2007): Geschichte der deutschen Sprache. Ein Lehrbuch für das germanistische Studium. 10. Aufl. Stuttgart.

Fällt Ihnen ein Wort oder eine Redewendung ein, die man besonders häufig in Rheinland-Pfalz hört?

Abgebildet sind die Begriffe, die von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern unserer Umfrage besonders häufig genannt wurden. Es gilt: je größer der Begriff, desto häufiger wurde er genannt.



Mundart hilft beim Menschsein

Heimat ös det schünste Woad off da ganzen Welt. Kaum etwas prägt regionale Identität so sehr wie Sprache und Dialekt – nicht nur für Westerwälder. Die Dialekte in Rheinland-Pfalz sind gesprochene Kulturgeschichte der Regionen. Über die Rolle der Dialekte im Rheinland-Pfalz der Gegenwart und über ihre Bedeutung in Zeiten der Globalisierung haben wir mit Mundart-Autor und Kabarettist Arnim Töpel gesprochen.

ZIRP: **Herr Töpel, Sie nähern sich dem kurpfälzischen Dialekt vor allem von der humoristischen Seite. Ist es schwierig, auf pfälzisch ernst zu bleiben?**

Arnim Töpel: Ein Journalist hat mal über mich geschrieben: „Da lacht das Herz mit dem Verstand." Das gefällt mir, denn ich will Dialekt nicht als bloßes Witzvehikel missbrauchen. Tatsächlich öffnet Mundart andere Türen, erschließt weitere Ebenen. Sie ist im Hinblick auf Emotionalität der Hochsprache überlegen. Hochdeutsch schreit nach Ironie, Satire, derer ich mich auch gerne bediene, denn ich ringe mit Freuden um Formulierungen. Mundart indes nimmt den direkten Weg, hilft beim Lachen, beim Streiten, beim Trauern, beim Mensch sein und bleiben. Letzteres forderte schon Jürgen von Manger, und Hanns Dieter Hüsch hat vorgemacht, wie das mit Kunst von Belang gelingen kann. In meiner Zweitsprache, der Mundart, kann ich in einem Wort, in einer einzigen Silbe jede Menge Zwischentöne zum Klingen bringen. Das hat einen ganz eigenen Reiz. Dabei gilt für mich der Grundsatz: Lachen mit dem Dialekt, nicht über den Dialekt. Allzu oft wird Dialekt durch dumpfe Blödelei als Dödeltum diskreditiert. Zugegeben, Dialekt kann und muss bisweilen derb sein, aber Dialekt kann eben auch anders: zärtlich, poetisch. Musikalischer als Hochdeutsch ist er allemal. Insofern texte, ja denke ich in Mundart anders, ohne dass sich am Grundlegenden etwas ändert. Denn ich möchte immer auch den Beweis antreten, dass Dialekt und bedenkenswerter Inhalt sich nicht ausschließen.

Arnim Töpel
Mundart-Autor und Kabarettist



Was bedeuten Sprache und Dialekt für Sie persönlich?

Töpel: Sprache ist Heimat. Das war mir früher nicht klar. Ich bin in der Kurpfalz im tiefsten Dialektmilieu einer Kleinstadt hochdeutsch aufgewachsen, meine Eltern stammen aus Berlin. Meine Muttersprache ist und bleibt also Hochdeutsch, aber meine Heimatsprache ist Kurpfälzisch. Ein Geschenk, eine Bereicherung, die ich erfahren habe.

Gibt es ein Wort oder eine Redewendung im Kurpfälzischen, die Ihnen besonders gefällt?

Töpel: Oh, da gibt es viele. Zum Beispiel das Lautmalerische, etwa in solch schönen Worten wie fagrumbelt – zerknittert, zerknüllt, schlecht gelaunt. Und da sind diese wunderschönen Bilder, wie sie nur der Dialekt hervorbringt: Was nitzt des beschde Wedda, wenns reat. – Was nützt das beste Wetter, wenn es regnet.

Von der Stadt Freinsheim wurden Sie 2014 wegen Ihrer Verdienste um die pfälzer Sprache und Kultur mit der Hermann-Sinsheimer-Plakette geehrt. Was bedeutet Ihnen diese Ehrung? Fühlen Sie sich als Botschafter der Region?

Töpel: Das war für mich eine große Ehre, allein durch den Namensgeber, den Schriftsteller, den vielfältig talentierten Hermann Sinsheimer, der seine Heimat als Jude verlassen musste, ihr aber auch im Londoner Exil stets zutiefst verbunden blieb. Was mich besonders gefreut hat, das ist die Anerkennung als Dialektsprecher. Meine Entwicklung verlief ja in dieser Hinsicht ungewöhnlich. Bis zum zwanzigsten Lebensjahr habe ich kein Wort Dialekt gesprochen, weil ich dachte, ich kann es nicht. Das war in meiner Kindheit problematisch, man unterstellte mir Arroganz, weil ich vermeintlich vornehm, weil ich ‚nooch de Schrift' sprach. Bei Dialekt ist faszinierend, dass der Kenner bereits beim ersten Wort hört, kann er's, oder kann er's nicht? Dialekt kann man eben nicht ler-

nen wie eine Fremdsprache. Da schwingt die Landschaft mit, die Geschichte, die Kultur, die Seele. Erst spät, heimlich im Kämmerlein, habe ich entdeckt, dass es sehr wohl in mir steckt. Es ist, wie ich das in meinem Programm ‚Newa de Kapp' beschrieben habe, ein Teil von mir: meine innere Stimme. Die erhebe ich nun schon eine Weile. Und in der Tat betrachte ich mich als Verfechter von Dialekt, allerdings nicht im Sinne der Tümelei. Wir sind die Besten, bei uns ist es am schönsten – damit kann ich nichts anfangen, und das will ich schon gar nicht befeuern. Dialekt unterscheidet sich nicht von Land zu Land, sondern von Dorf zu Dorf, was natürlich schwindet. Sprache unterliegt immer Veränderungen. Aber grundsätzlich geht es um kulturelle Vielfalt und Identität. Deshalb sind alle Dialekte wichtig. Gut, manche sind bissl schääna als wie die annare.

Wie kamen Sie als Jurist auf die Idee, Dialekt zu Ihrem Markenzeichen zu machen und unter anderem Bücher in Mundart zu veröffentlichen?

Töpel: Es hat sich entwickelt, natürlich entwickelt. Bereits während des Studiums bin ich aufgetreten, die Bühne hat mich früh verlockt. Die Juristerei ist ein Teil meines Lebens, so wie ich viele Jahre im Südwestfunk Baden-Baden moderiert, in meiner Radio-Sendung mit Hörern das Gespräch gesucht habe, was mich stark geprägt hat. Mein Markenzeichen auf der Bühne ist mittlerweile die Dreisprachigkeit: Hochdeutsch, Mundart, Musik. Darin liegt für mich der Reiz. Sprache begreife ich ohnehin immer auch als Musik und umgekehrt. Wenn ich schreibe, wenn ich Klavier spiele, bin ich stets gespannt, wohin es mich führt. So keimte 2012 die Idee zu einem Mundartkrimi, mittlerweile schreibe ich den fünften.

Versteht man Sie über rheinland-pfälzische Grenzen hinaus?

Töpel: Ich habe die Erfahrung gemacht, dass Dialekt überall ankommt, im Sinne von: Er erreicht die Menschen, selbst wenn sie nicht annähernd alles verstehen. Denn Dialekt berührt die Menschen. Allerdings muss ich an der Ostsee behutsam sein mit der Dosierung. Doch auch dort spiele ich das Lied ‚Wien klähne Buu' – wie ein kleiner Junge. Und ich habe das Gefühl, es funktioniert. Was der einzelne mitnimmt, weiß ich nicht. Aber das weiß man nie. Jeder hört und sieht ein Konzert anders. Es geht um Anstöße. Um ein Gemeinschaftserlebnis mit mir auf der Bühne als Impulsgeber. Das Publikum merkt, dass ich durch meinen Dialekt inspiriert werde, dass das, was ich mache, authentisch ist.

Wie ist Ihre Erfahrung: Lässt sich auch ein junges Publikum für Dialekt begeistern?

Töpel: Neulich sagte ein junges Mädchen nach einem Auftritt in meiner Region zu mir: „Ich habe Sie sehr gut verstanden. Wissen Sie, warum? Mein Opa spricht genauso." Das war für mich witzig und traurig zugleich. Die Mediensprache prägt, und die ist hochdeutsch. Das müssen wir nicht hinnehmen. Insofern war diese Begegnung für mich ein Signal. Ich habe mein erstes Kinderbuch veröffentlicht: ‚Isch, de Krutze'.

Dialekt bewegt sich in einem Spannungsfeld von Zusammengehörigkeit und Abgrenzung. Was glauben Sie: Wie passen Globalisierung und regionale Identität, die sich durch Sprache ausdrückt, zusammen?

Töpel: Dialekt erdet. Das haben wir mehr denn je nötig. Wir leben in einer Zeit, da Flexibilität und Mobilität verlangt werden. Dieses Sesshaftsein im Dreijahres-Takt birgt bei allem flüchtigen Reiz und allen Chancen der Horizonterweiterung Gefahren. Wenn jede Verwurzelung fehlt, fallen soziale Bindungen schwer, schwindet irgendwann die Bindungsfähigkeit überhaupt. Dieser Preis ist hoch. In einer Welt der Master und Bachelor of Sprischbeitl ist Sprache wichtiger Wegweiser auf der Suche nach uns selbst. Wer bin ich? Wo komme ich her? Wo gehe ich hin? Wo bin ich daheim? Die großen Fragen bleiben. Wir fragen hier bei uns den Fremden zur Begrüßung: ‚Wemm gheaschn du?' – wörtlich: Wem gehörst denn du? Da steckt alles drin.

Wenn Sie für uns einen Blick in die Zukunft werfen: Welche Rolle wird der Dialekt künftig in Rheinland-Pfalz und darüber hinaus spielen?

Töpel: Wenn Dialekt nicht bald verschwinden soll, müssen wir uns anstrengen. Wir müssen ihn respektieren, wertschätzen, ihm Aufmerksamkeit schenken, ihn hüten und pflegen. Dialekt ist ein Kulturgut, mehr noch: ein vitaler Schatz. ■

Mainzer Fastnachtsmusik: Aus dem Schatten des Doms in die Welt

Benjamin Scholian
Musiklehrer und Autor des Buchs ‚Die Faszination der Mainzer Fastnachtsmusik' sowie Mitglied des Duos ‚Die Fleischworschtathlete'

„Ja, da geht's humta, humta, humta täterä, täterä, täterä…" Als der Mainzer Komponist Toni Hämmerle 1963 diese Liedzeile schrieb, ahnte er noch nicht, dass sein Fastnachtshit einmal bundesweiten Erfolg haben würde. Interpretiert vom singenden Dachdeckermeister und Fastnachtsidol Ernst Neger hatte das Lied 1964 sein TV-Debüt in der im ZDF übertragenen Fernsehsitzung ‚Mainz, wie es singt und lacht'. Das Nachrichtenmagazin ‚Der Spiegel' berichtete in den Nachrufen auf Hämmerle und Neger, dass deutsche Entwicklungshelfer in Afrika Aufklärungsarbeit besonderer Art hätten leisten müssen, da die Eingeborenen den Hit angeblich für die deutsche Nationalhymne hielten.[1] Inzwischen ist die sogenannte ‚Humba' aus den Fußballstadien nach Siegen nicht mehr wegzudenken und der durch die Hofsänger bekannte Hit ‚So ein Tag, so wunderschön wie heute' schaffte es 2014 sogar bis ins Halbfinale der Fußballweltmeisterschaft in Brasilien. Dies sind nur zwei Beispiele für Mainzer Fastnachtslieder, die auch außerhalb der Stadt bekannt geworden sind.

Woran mag es liegen, dass einige Hits die regionale Grenze überschreiten und überregionalen Erfolg erlangen? Das Ende 2015 erschienene Buch zur Faszination der Mainzer Fastnachtsmusik geht dieser Frage auf den Grund. Ein Streifzug durch fast 200 Jahre Fastnachtsgeschichte beleuchtet erfolgsgekrönte Saallieder und Highlights närrischer Solistenlieder aus 60 Jahren Fernsehfastnacht. Ernst Negers und Margit Sponheimers unvergessene Evergreens (zum Beispiel ‚Heile, heile Gänsje' oder ‚Am Rosenmontag bin ich geboren'), aber auch Fastnachtshits des letzten Jahrzehnts von Oliver Mager und Thomas Neger (zum Beispiel ‚Fassenacht in Meenz' oder ‚Im Schatten des Doms') werden unter die Lupe genommen und auf charakteristische Merkmale hin untersucht.

Dialekt als Markenzeichen

Die ersten dokumentierten Lieder des Mainzer Carneval-Vereins aus dem Jahr 1838 sind Saallieder, also Lieder, die vom Saalpublikum nach einer Vorlage aus einem Liederheft gesungen wurden. Die Liedmelodien entstammten meist bekannten Opern, Operetten, Märschen oder Volksliedern und die fastnachtlichen Texte waren, passend zum Bildungsbürgertum der Biedermeier-Zeit, zunächst überwiegend in hochdeutscher Sprache verfasst. Später hielten auch die Melodien zeitgenössischer Schlager und dialektgeprägte Texte Einzug in die Säle. Was ihre verwendeten Themen betrifft, blieben die Fastnachter stets traditionsbehaftet: So sind neben dem allgemeinen

Mainzer Fastnachtsmusik



‚Die Faszination der Mainzer Fastnachtsmusik. Saal- und Solistenlieder im Wandel der Zeit' ist ein Streifzug durch fast 200 Jahre Mainzer Fastnachtsmusik. In seinem Buch beleuchtet Benjamin Scholian Saallieder, die zu Gassenhauern wurden, und Highlights närrischer Solistenlieder aus 60 Jahren Fernsehfastnacht. Ein spannendes Buch für alle, die mehr über die Faszination der Mainzer Fastnachtsmusik erfahren wollen. Erschienen 2015 im Mainzer Are Musik Verlag.

[1] Vgl. o. A. (1968): Gestorben: Toni Hämmerle. In: Der Spiegel Nr. 51 vom 16.12.1968, S. 176; Vgl. o. A. (1989): Gestorben: Ernst Neger. In: Der Spiegel Nr. 4 vom 23.01.1989, S. 212b.



Auftritt der ‚Fleischworschtathlete' beim Gonsenheimer Carneval-Verein 2017 (Benjamin Scholian, Sousaphon; Patrik Steinbacher, Gitarre & Gesang).

Frohsinn vor allem literarisch-politische Inhalte und Lokalkolorit (zum Beispiel Lobeshymnen auf Mainz und seine Narren) charakteristisch für die Mainzer Fastnacht, eng verbunden mit dem Dialekt, denn im Gegensatz zu den Hochburgen Köln und Düsseldorf stehen in Mainz noch vermehrt urwüchsige Originale anstelle von Berufsmusikern oder etablierten Comedykünstlern auf der Bühne. Auch bestimmte Sujets wie den ‚Vater Rhein' findet man immer wieder. Ein Geheimrezept vieler Fastnachtshits scheint darin zu bestehen, nicht durchgängig in der Mundart zu singen, sondern nur einzelne Worte oder Teile im Dialekt darzubieten, um ein möglichst breites Publikum anzusprechen. Ein berühmtes Beispiel ist das ‚Heile Gänsje': Hier sind die Strophen ausschließlich auf Hochdeutsch gehalten, während der Refrain dialektgeprägt ist. Dieser zeichnet sich durch Einfachheit und Eingängigkeit in Melodie und Text aus und aktiviert das Publikum zum Mitsingen.

Authentisch und von Herzen

Den Refrain erfolgreicher Titel hat man – wie es bei Volksliedern der Fall ist – meist schon nach dem ersten Hören verinnerlicht, wobei der sogenannte ‚Schein des Bekannten', der trotz Innovationsanspruch eine große Rolle spielt, das Geheimnis des Ohrwurmcharakters ausmacht. Musikalisch sind häufig simple Strickmuster zu finden, so zum Beispiel die Beschränkung auf wenige Akkorde (meist die Hauptfunktionen) oder die Wiederholung von Phrasen, wodurch das Einprägen erleichtert wird.[2]

Während in den Anfängen der organisierten Mainzer Fastnacht noch die Saallieder zu Gassenhauern wurden (zum Beispiel ‚Dem Andresel sein Sohn' oder ‚Das neue Lied vom Josephche'), verschob sich dieses Bild im Laufe der Zeit in Richtung Vortragslied. Hierbei spielen der Interpret und seine Ausstrahlung eine ganz entscheidende Rolle, wobei es nicht auf Perfektion, sondern auf die Authentizität ankommt, mit der die Lieder präsentiert werden. Dabei reicht die Art der Performance von schlichter Kleidung oder einfachen Markenzeichen (zum Beispiel tritt Oliver Mager mit roter Nase und weißen Handschuhen auf) bis hin zu aufwändig hergestellten Kostümen und Requisiten, die speziell auf die Liedvorträge abstimmt sind (zum Beispiel Jürgen

[2] Inwiefern die Komponisten auf bestimmte Vorlagen (absichtlich oder unabsichtlich) zurückgegriffen haben könnten und welche Ähnlichkeiten zu bereits existierenden Liedern bestehen, zeigt der Autor in seinem Buch an verschiedenen Beispielen auf.



Benjamin Scholian als ‚Fleischworschtathlet' (2017).

Wiesmann als ‚Vater Rhein'). Entscheidend ist letztlich das Publikum, das sein Feedback dem Künstler noch während des Auftritts entgegenbringt, wohingegen der Texter eines Saallieds lediglich im Liederheft erscheint oder höchstens am Rande erwähnt wird. Die Animation des Publikums zum Mitsingen oder Bewegen hilft dem Sänger, Kontakt zu den Zuhörern zu knüpfen und sie zur aktiven Mitgestaltung einzuladen. Auch hier sollte der Interpret immer seiner persönlichen Linie treu bleiben, da die jeweilige Art der Darbietung nicht auf alle Künstler in gleicher Weise zu übertragen ist. Aus diesem Grund lautete Ernst Negers Motto: „Wenn du was machst, dann muss es von Herze' kommen. Das merke die Leit."[3]

Generell ist zu beobachten, dass Künstler, die mit eigenen oder speziell für sie komponierten Liedern auftraten, erfolgreicher waren als jene, die bekannte Melodien lediglich mit neuen Texten präsentierten. Überraschenderweise scheint es dabei egal zu sein, ob die begleitende Musik live dargeboten oder eingespielt wird. Worauf es letztlich ankommt, ist das Vermögen, den Nerv der Zeit zu treffen, wie es Ernst Neger einst als Interpret des ‚Heile Gänsje' in immer wieder neuen Textierungen eindrucksvoll bewiesen hat.

Mit ‚Rucki Zucki' dem Alltag entfliehen

Auch der große Erfolg von Unsinnstexten mit lautmalerischen Silben (zum Beispiel ‚Humba-Täterä' oder ‚Wini-wini, wana-wana') oder infantil erscheinende Bewegungsfolgen, die beispielsweise das ‚Rucki Zucki' vorgibt („das linke Beinchen vor und wieder zurück, das rechte Beinchen vor, das ist der ganze Trick"), entbehren jeglicher rationaler Erklärung. Aus psychologischer Sicht erfüllt das Fastnachtslied ebenfalls eine wichtige Funktion: Es löst uns aus dem tristen Alltag und Emotionen, die normalerweise unterdrückt werden, können herausgelassen werden. Der Reiz, den die Musik ausmacht, hängt somit von verschiedensten Faktoren ab. Letztendlich entscheidet jedoch das Publikum darüber, ob ein Fastnachtslied nur eine Kampagne überdauert oder zum Evergreen wird.

Fastnacht dem Zeitgeist anpassen

Fastnacht bzw. Karneval ist mittlerweile zu einem Markenbegriff geworden. Hier gilt es darauf zu achten, dass der Charme der von Laien ausgeübten Mainzer Fastnacht erhalten bleibt. Auch mit der Entwicklung vom Brauch zur perfekt organisierten Party wächst der Druck, dem Publikum eine bis ins Detail geplante Show abliefern zu müssen. Eine alte Tradition wie das Saallied scheint hier kaum mehr Platz zu finden bzw. nur noch als Lückenbüßer für kleinere Pannen im Sitzungsverlauf genutzt zu werden, so dass dieser Programmpunkt von vielen Besuchern oft nicht mehr als solcher wahrgenommen wird.

Neue Veranstaltungsformen wie die ‚Stehung' des Gonsenheimer Carneval-Vereins oder die ‚Fast-Night' der Mainzer Prinzengarde erfreuen sich großer Beliebtheit. Sie setzen verstärkt auf musikalische Beiträge und die Vorstellung von Newcomern, denen in der traditionellen Sitzungsfastnacht kaum Chancen auf der närrischen Rostra eingeräumt werden. Auch zeichnet sich eine Tendenz zu Vortragsliedern mit Bewegungselementen ab, die versuchen, das herkömmliche Schunkeln abzulösen und mit neuen Ideen zu füllen.

Dies trifft die Sache auf den Punkt: Es geht nicht darum, gewachsene Traditionen zu verwerfen, sondern sie dem Zeitgeist anzupassen. Letzendlich gilt es, eine ausgewogene Balance zwischen Tradition und Innovation zu finden, die sowohl der Unterhaltungserwartung als auch dem Qualitätsanspruch Rechnung trägt. ■

[3] O. A. (2009): Ernst Neger im Porträt ‚Mit dem Herzen musst du dabei sein'. URL: www.swr.de/mainz-bleibt-mainz/fastnacht/-/id=4329558/did=4247556/nid=4329558/gd7pvx/index.html [13.02.2017].





er Rhein vereint alles. Der Rhein ist schnell wie die Rhone, breit wie die Loire, eingedämmt wie die Mass, gewunden wie die Seine, klar und grün wie die Somme, geschichtsträchtig wie der Tiber, königlich wie die Donau, geheimnisvoll wie der Nil, goldbestickt wie ein Fluss in Amerika, von Geschichten und Gespenstern umwoben wie ein Fluss im Innern Asiens …

Victor Hugo: Der Rhein

Kultur ist im Gespräch

83 **Sender und Empfänger im Netz – Der SWR schafft Heimat**
Alexander Wasner
Dr. Simone Schelberg

85 **Bekannt aus Film und Fernsehen: Drehort Rheinland-Pfalz**
Nadine Schweikert

87 **Gestalterische Teilhabe – Kulturvermittlung 2.0**
Prof. Dr. Susanne Keuchel

90 **Technologisch auf der Höhe: Kommunikation im Oberen Mittelrheintal**
Dr. Karin Drda-Kühn
Rainer Zeimentz

93 **RPR1. – Heimatsender mit Weltsicht**
Im Gespräch mit Kristian Kropp

Sender und Empfänger im Netz – Der SWR schafft Heimat

Alexander Wasner
Journalist und Redakteur

Dr. Simone Schelberg
Landessenderdirektorin
SWR in Rheinland-Pfalz

Was ist das eigentlich, ‚Rheinland-Pfalz'? Eine Frage, der sich wahrscheinlich kaum jemand mit einer derartigen Hingabe widmet wie die derzeit knapp 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Südwestrundfunks. Denn für sie ist es existenziell, eine Antwort auf diese Frage zu haben. Sie leben davon, den Bewohnerinnen und Bewohnern des Landes genau das zu erzählen, was sie interessiert. Und im Lauf der Zeit haben sie davon viel gefunden – so viel, dass es heute zwei eigene Radiowellen füllt und einen beträchtlichen Teil des SWR Fernsehens. Ein derartiges Interesse für ein Berichtsgebiet hat Folgen – auch für das Selbstverständnis der Bewohnerinnen und Bewohner. Unsere feste Überzeugung: Journalisteninnen und Journalisten sowie Redakteurinnen und Redakteure der regionalen Leitmedien – dazu zählen natürlich neben dem SWR auch die großen Zeitungen und private Rundfunkstationen sowie seit neuestem Blogger und andere unermüdliche Internetchronisten – haben Rheinland-Pfalz mitgeformt. Sie wirken als vierte Gewalt, als Mitbürger, als Veranstalter. Von Anfang an. Man darf annehmen, Rheinland-Pfalz wäre ohne Sendeanstalten und Zeitungsverlage ein anderes Land – und sicher nicht die Einheit, als die es sich heute bundesweit präsentiert.

Um sich dieser Integrationskraft tatsächlich bewusst zu werden, muss man dazu kurz in die Zeit vor 70 Jahren zurück und den gewaltigen Einschnitt betrachten, den Nazi-Terror und zweiter Weltkrieg rissen. Schon wenige Wochen nach Kriegsende berichteten die ersten Journalisten über den Wiederaufbau und den entsetzlichen Hungerwinter. Gerade in der französischen Besatzungszone, die den Westen des späteren Baden-Württemberg und das heutige Rheinland-Pfalz umfasste, legte die Besatzungsmacht Wert darauf und glaubte an die Hilfe der Journalisten bei der Demokratisierung wie bei der Westorientierung der Bürgerinnen und Bürger. In Bad Ems erschien der Mittelrheinkurier, bald kamen der Rheinische Merkur in Koblenz, der Trierische Volksfreund, die Rheinpfalz und die Pfälzische Volkszeitung dazu. Aus der Mitte der bereits im Herbst 1945 wieder erscheinenden Allgemeinen Zeitung in Mainz kamen kurz darauf die Redakteure, die ab Herbst 1949 die Frankfurter Allgemeine Zeitung gründeten. In den Trümmern von Remagen entstand damals die Wochenschau ‚Blick in die Welt' und in den Trümmern von Koblenz startete der Sender Radio Koblenz, weil dort noch ein hölzerner Rundfunkmast den Krieg überlebt hatte.

Bald darauf wurde in Baden-Baden der Südwestfunk gegründet. Provisorisch – die Zentrale des SWF soll aus dem abgelegenen Baden-Baden möglichst bald ins weltläufige Mainz verlegt werden, hieß es 1947 in einer großen Rundfunkausstellung. Radio Koblenz wurde das erste Außenstudio und mit dem Studio in Kaiserslautern gemeinsam die Keimzelle von Radio und Fernsehen für Rheinland-Pfalz. 1951 dann die Gründung des Landesstudios Rheinland-Pfalz in Mainz, der Sitz war damals neben der Staatskanzlei am Deutschhausplatz im sogenannten Sautanz. Das alles war noch in der Frühphase der bald rasant Fahrt aufnehmenden Hörfunk- und Fernseh-Entwicklung. Euphorisch begrüßten Bürgerinnen und Bürger weltweit die neuen Medien, allen voran der stets technikbegeisterte (leider bekanntermaßen eher dem Osten als dem Südwesten zugeneigte) Bertolt Brecht: „Ein Mann, der etwas zu sagen hat, und keine Zuhörer findet, ist schlimm dran. Noch schlimmer sind Zuhörer dran, die keinen finden, der ihnen etwas zu sagen hat."

Brecht war es auch, der als erster einen Rückkanal für Hörfunk und Fernsehen forderte. Er forderte, dass Redaktionen nicht nur senden, sondern auch zuhören und so versuchen, die Zuhörerinnen und Zuhörer „nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und [sie] nicht zu isolieren, sondern [sie] in Beziehung zu setzen". Brecht erwies sich hier geradezu als Prophet. Heute ist das – Facebook und dem Internet sei Dank – eine Selbstverständlichkeit: Jeder kann sich mitteilen und jeder andere kann das weltweit lesen. In der Gründungsphase des Bundeslandes wie des Südwestfunks war das nur in der eigenen Umgebung selbstverständlich: Der Bürger kannte die Journalisten, die für ihn berichteten. Genau aus dieser Beziehung zwischen Sen-

SWR Landessenderdirektion Rheinland-Pfalz

Sitz der SWR Landessenderdirektion Rheinland-Pfalz ist Mainz. An der Spitze des Landessenders steht seit 2007 Landessenderdirektorin Dr. Simone Schelberg. Nach der Fusion 1998 hat das Rundfunkzentrum erheblich an Bedeutung gewonnen: Von hier senden die Landeshörfunkprogramme SWR1 Rheinland-Pfalz und SWR4 Rheinland-Pfalz. Zur Landessenderdirektion gehören im Fernsehbereich die Hauptabteilung Land und Leute und die Chefredaktion Fernsehen. Controlling ‚Finanzen und Personal RP' gehören ebenso zur Landessenderdirektion wie die Kinderhilfsaktion ‚Herzenssache' und die Deutsche Radio Philharmonie Saarbrücken Kaiserslautern, die im Herbst 2007 aus der Fusion des Rundfunkorchesters Kaiserslautern und des Rundfunk-Sinfonieorchesters Saarbrücken hervorgegangen ist.

dern und Empfängern entsteht das dichte soziale Netz, das wir Heimat oder regionale Identität nennen.

Nicht ganz reibungsfrei geschah das auch durch die Journalisten und Redakteure des Südwestfunks. Sie kamen am Anfang aus dem fernen Baden-Baden und besichtigten in Rheinland-Pfalz ein Land, das ihnen so barbarendurchtränkt und zivilisationsfern schien wie Ausonius seinerzeit die Germanen im Hunsrück. Die Pflicht zwang sie, das Rundfunkgebühren zahlende Gebiet trotzdem zur Kenntnis zu nehmen. Aber unbestreitbar leistete das Rundfunkorchester Kaiserslautern unter Emmerich Smola hervorragende Arbeit durch seine regelmäßigen programmbestimmenden Auftritte im Nachtprogramm des Radios – und viele Bürgerinnen und Bürger waren stolz, dass ihre Heimat nicht nur Sitz vieler Fußball-Helden von Bern war, sondern auch eines bundesweit renommierten Orchesters. In den 60er Jahren lagen die Einschaltquoten für Regionalberichte zwischen 60 und 70 Prozent. Das wurde weniger, blieb aber erheblich, als 1969 ein eigenes Drittes Programm gegründet wurde, das sich ausdrücklich der regionalen Information und außerdem dem Fernsehexperiment, der Kultur und der Bildung verschrieb. In den 70er Jahren entstand ein Funkhaus auf dem Mainzer Hartenberg. Beides zusammen, im Einklang mit den Außenstudios in Trier und Koblenz, ließ Rheinland-Pfalz als Begriff in den Köpfen immer präsenter werden – und sei es nur in der Wettervorhersage, die Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und die Kölner Bucht umfasste. Bald waren Kamerateams oder Journalisten mit klobigen Tonbandgeräten ein gewohnter Anblick. Die Landesschau wie die regionale tägliche Magazinsendung ‚Blick ins Land' stifteten eine Landesidentität, wenn sie von Loreley und Fußball, vom Wirtschaftswunder und von den Nibelungen, von den Kathedralen und der Landwirtschaft, von Salierkaisern und Helmut Kohl redeten.

Mainz als Landeshauptstadt wurde damals fortwährend im Bewusstsein gehalten durch die Fernsehsendung ‚Guten Abend aus Mainz' und die Radiosendung ‚Guten Morgen aus Mainz' – und gleichzeitig machte das Fernsehen Station am Bahnhof Rolandseck und durchkämmte den Pfälzer Wald. Journalisten waren kritische Begleiter, zum Beispiel die neue Mainzer ‚Tagesschau'-Redaktion als sie federführend in Deutschland in der Berichterstattung vom Glykolskandal war. Aber gerade in der kritischen Begleitung erwiesen sie sich als integrative Kraft. Nicht ganz nebenbei ist der Südwestfunk, seit 1998 Südwestrundfunk (SWR), auch noch Kulturveranstalter von Rang, dessen Konzerte und Kleinkunstveranstaltungen immer wieder überall im Land Station machen – als Reihe zum Beispiel bei ‚Rheinvokal', in Zusammenarbeit mit dem Kultursommer Rheinland-Pfalz oder der Villa Musica. Und als Förderer der hiesigen Kulturszene beteiligt sich der SWR als Medienpartner und als Ausrichter von Kulturpreisen.

‚Fahr mal hin', ‚Stadt Land Quiz', ‚Mensch Leute', ‚Zur Sache' genauso wie die Hörfunksender SWR1 und SWR4 – sie alle schreiben pausenlos an der Geschichte des Landes mit. Und schaffen so die Identität, die aus den Landesteilen Hunsrück, Westerwald, Pfalz, Taunus, Eifel und Rheinhessen das Bundesland Rheinland-Pfalz hat werden lassen. Es ist vielleicht einfacher geworden, weil fast 70 Jahre nach seiner Gründung das Bundesland Rheinland-Pfalz ein Erfolgsmodell im Bereich der Integration auseinanderstrebender Regionen geworden ist. Aber trotzdem muss der Gedanke einer Landesidentität auch heute noch am Leben gehalten werden. Genau das tun Events wie die jährliche Fastnachtskampagne, beispielsweise mit dem bundesweiten Fastnachtsevent ‚Mainz bleibt Mainz' genauso wie die tägliche Nachrichtenleiste, das eigene Radioprogramm und auch Kultursendungen wie ‚Landesart' oder der in Mainz aufgezeichneten Literatursendung ‚lesenswert' mit Denis Scheck. Früher war es der Kirchensprengel, mit dem man sich räumlich identifizierte und seinen Lebensraum definierte, heute ist es das Radioprogramm, Fernsehprogramm oder die Zeitungsausgabe. ■

Bekannt aus Film und Fernsehen: Drehort Rheinland-Pfalz

Nadine Schweikert
Fachliche Leitung des Film- und Medienforums Rheinland-Pfalz

Identität wird durch Bilder oder Bewegtbilder definiert. Wer freut sich nicht, mit den Helden auf der Leinwand etwas gemein zu haben – das gleiche Smartphone, den gleichen Beruf oder wenn plötzlich die Heimat auf der großen Leinwand erstrahlt – und jeder kann es sehen. Letzteres hat wahrscheinlich den größten Effekt auf die Zuschauer. Man erkennt eine Stadt oder einfach nur einen ganz besonderen Ort – und am liebsten würde man gleich dem ganzen Kinosaal davon berichten. Wenn dann in der Geschichte noch ein Bezug zu der Region genommen oder sogar der regionale Dialekt gesprochen wird, füllt sich das Herz mit Heimatgefühl.

Die Anfänge

Seit dem Jahr 1903 werden in Rheinland-Pfalz Filme gemacht. Die britische Produktionsfirma Hepworth drehte drei Dokumentationen: in Koblenz im Schloss Stolzenfels (‚Sternberg to Stolzenfels', UK 1903), in Albig im Landkreis Alzey-Worms (‚Schloss Hammerstein to Linz', UK 1903) und in St. Goarshausen (‚Pfalzlurlei to St. Goarshausen', UK 1903). Die Kurzfilme sind nicht auffindbar, da der Insolvenzverwalter 1924 wohl angewiesen hatte, die Negative einzuschmelzen und das daraus gewonnene Silbernitrat zu verkaufen.[1] Der erste Langfilm wurde 1930 in Bacharach im Landkreis Mainz-Bingen und in Koblenz gedreht.[2] Der Regisseur von ‚Nur am Rhein...' (D 1930), Max Mack, „zählt zu den Pionieren des deutschen Stummfilms"[3]. In den Folgejahren sollte Rheinland-Pfalz immer wieder Schauplatz für Produktionen werden – beispielsweise in Beilstein an der Mosel: Auf der Klostertreppe „[…] verliebte sich Heinz Rühmann in seine Kollegin und spätere Lebensgefährtin Leny Marenbach"[4] bei den Dreharbeiten zu ‚Wenn wir alle Engel wären' (D 1936, Regie Carl Froelich).[5] Eben dort fanden auch ‚Der wahre Jakob' (D 1960, Regie Rudolf Schündler), ‚Der Schinderhannes' (D 1958, Regie: Helmut Käutner) mit Curd Jürgens sowie ‚Das Verlegenheitskind' (D 1938, Regie: Peter Paul Brauer) mit Ida Wüst, Ludwig Schmitz und Paul Klinger ihren Drehort.[6] ‚Moselfahrt aus Liebeskummer' (D 1953, Regie: Kurt Hoffmann) wurde durch die zentrale Rolle des Moselweins 1954 mit dem Deutschen Weinkulturpreis in Mainz ausgezeichnet.[7] Der deutsche Western ‚Bull Arizona' (D 1919/1920, Regie: Piel Jutzi) wurde vom Ludwigshafener Drehbuchautor und Produzent Hermann Basler geschrieben und von Regisseur Piel Jutzi aus Altleiningen im Maudacher Bruch bei Ludwigshafen inszeniert.[8]

Internationale Produktionen

Auch ein paar wenige internationale Produktionen fanden Ihren Weg nach Rheinland-Pfalz. Neben ‚Tschitti Tschitti Bäng Bäng' (Originaltitel: Chitty Chitty Bang Bang, UK 1968, Regie: Ken Hughes), der unter anderem in Rohrbach im Hunsrück, und ‚Love Potion No. 9' (USA 1992, Regie: Dale Launer) mit Sandra Bullock, der unter anderem, in Bornheim gedreht wurde, sind auch die Außenaufnahmen für den dritten Teil der Indiana Jones Reihe ‚Indiana Jones und der letzte Kreuzzug' (Originaltitel: Indiana Jones and the Last Crusade, USA 1989, Regie: Steven Spielberg) in Rheinland-Pfalz aufgenommen worden. „Das österreichische Schloss Brunwald, in dem Professor Jones gefangen gehalten wird, ist das deutsche Schloss Bürresheim bei Mayen in der Eifel."[9] Aktuellere Produktionen sind nicht bekannt, mögliche Gründe kann die fehlende institutionalisierte Landesfilmförderung sein, oder auch dass die regionalen Drehorte in keiner flächendeckenden Datenbank angeboten werden.

Rheinland-Pfalz in Serie

Für Fernsehserien wird die rheinland-pfälzische Kulisse nicht nur von den hier ansässigen Sendeanstalten genutzt: unter anderem ‚Moselbrück' (SWF/ORF, 1987-1993) in Ürzig im Landkreis Bernkastel-Wittlich; ‚Tatort Ludwigshafen' (ARD, seit 1989); ‚Alarm für Cobra 11' (RTL, seit 1996) unter anderem am Nürburgring, in Monreal und Koblenz; ‚Himmelsheim' (SWR, 1997) in Gimbsheim im Landkreis Alzey-Worms; ‚Mord mit Aussicht' (ARD, seit 2007) mit der Mainzer Schauspielerin Caroline Peters unter anderem in Mechernich-Kallmuth in der Eifel; ‚Pälzisch im Abgang' (SWR 2015) in Bad Dürkheim; ‚Der Bulle und das Landei' (SWR, 2010-2015) mit Uwe Och-

[1] Vgl. o. A. (o.J.): Sternberg to Stolzenfels. URL: https://it.wikipedia.org/wiki/ [13.02.2017].

[2] Vgl. Deutsches Filminstitut (o.J.): Nur am Rhein… URL: Link austauschen durch: www.filmportal.de/film/nur-am-rhein_c5582b2817614ce5ae90786a27a5ab62 [13.02.2017].

[3] Kuheim, Rosemarie (2015): Deutsche Film- und Fernsehgeschichte 1973. Gestorben 1973. URL: www.deutsches-filmhaus.de/chr_kino/ch_73.htm [13.02.2017].

[4] Sadowski, Carmen (2016): Beilstein entdecken: Für alle Fälle Vitz! URL: http://mosel-zweinull.de/beilstein-fuer-alle-faelle-vitz [13.02.2017].

[5] Vgl. o. A. (o.J.): IMDb: Wenn wir alle Engel wären. URL: www.imdb.com/title/ tt0028490 [13.02.2017].

[6] Vgl. Sadowski, Carmen (2016).

[7] Der Deutsche Weinkulturpreis wurde 1954 auf Anregung zahlreicher Schriftsteller und Künstler zur Anerkennung von Verdiensten im Bereich der Weinkultur gestiftet. Vgl. ARCult Media GmbH (o. J.): Deutscher Weinkulturpreis. URL: www.kulturpreise.de/web/preise_info.php?preisd_ id=2980 [13.02.2017].

[8] Vgl. http://www.ludwigshafen.de/presse/detail/news/2012/09/18/finissage-ein-bild-von-einem-indianer/ [10.03.2017].

[9] David, Andrea (o. J.): Indiana Jones und der letzte Kreuzzug. URL: http://www.filmtourismus.de/indiana-jones-und-der-letzte-kreuzzug [13.02.2017].

Film- und Medienforum Rheinland-Pfalz

Rheinland-Pfalz ist das einzige Bundesland ohne eine institutionalisierte Landesfilmförderung und hatte bisher auch keinen zentralen Ansprechpartner. Der Aufbau des Film- und Medienforums Rheinland-Pfalz soll helfen, die Rahmenbedingungen der regionalen Film- und Medienkultur sowie -wirtschaft strukturell zu verbessern. Die wichtigsten Aufgaben sind die Vernetzung und die Sichtbarmachung der rheinland-pfälzischen Filmbranche, das Standortmarketing zur Förderung nationaler und internationaler Produktionen sowie die Entwicklung der Marke Film- und Medienförderung Rheinland-Pfalz.

Als Vorarbeit zu einer möglichen Online-Datenbank in den Bereichen Produktion und Locations, um deren Bedarf hiermit aufzuzeigen und um die Branche jetzt schon sichtbarer zu machen, bietet das Forum ein digitales Branchenguide-Preview auf filmforum-rlp.de.

Das Forum wird gefördert durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau des Landes Rheinland-Pfalz.

senknecht und Diana Amft in Monreal; sowie die Mystery-Miniserie ‚Weinberg' (TNT, 2015), die unter anderem in Mayschoß im Landkreis Ahrweiler gedreht wurde (Grimme-Preis 2016, Nomination Deutscher Fernsehpreis 2016).[10] TV-Beispiele können sein ‚Rindvieh à la Carte' (D 2013, Regie: Sven Bohse) mit Muriel Baumeister und Bernhard Schir unter anderem in Otterberg im Landkreis Kaiserslautern[11]; der Kriminalfilm ‚Tannöd' (D 2009, Regie: Bettina Oberli) mit Julia Jentsch und Monica Bleibtreu in ihrer letzten Rolle in Winterscheid sowie der RTL-Zweiteiler ‚Vulkan' (D 2009, Regie: Uwe Janson) mit Katja Riemann und Heiner Lauterbach in der Eifel.

Deutsches Kino

Für den Kinofilm ‚Die Vampirschwestern' (D 2015, Regie: Tim Trachte) wurde „mit einem enormen Aufwand […] an fünf Aufbautagen der Lavakeller [in Mendig] in einen mystischen Schlosskeller verwandelt. Eine Herausforderung für alle Beteiligten, da der Besucherverkehr während der Auf- und Abbauphase unvermindert weiterlief."[12] Neben Kinofilmen wie ‚Barfuss' (D 2005, Regie: Til Schweiger), der unter anderem am Bahnhof Rolandseck in Remagen spielt[13] und ‚Rush – Alles für den Sieg' (UK/D/USA 2013, Regie: Ron Howard) auf dem Nürburgring mit Chris Hemsworth und Daniel Brühl, darf bei der Frage nach filmischen Drehorten in Rheinland-Pfalz der Hunsrück mit den Werken von Regisseur und Autor Edgar Reitz nicht fehlen.

Film und Tourismus

Die regionalen Bemühungen im Bereich Tourismus sind im Zuge der Heimat-Trilogie von Edgar Reitz hervorzuheben. Angeboten werden thematische Kurzurlaube, Wanderrouten zu den Drehorten, Besichtigungen von zurückgebliebenen Drehbauten und Requisiten – wie den Filmgräbern auf dem Friedhof der Nunkirche bei Sargenroth – Cafés mit Ausstellungen und Themenabenden sowie regionaler Film-Bezug in den verschiedenen Museen.[14] Die Rheinland-Pfälzer kennen und lieben ihr Land – mit seinen Burgen, Schlössern und Weinbergen – aber auch mit den Wahrzeichen der Regionen, mit den Fußballstadien und Freizeitparks, mit Gebieten wie der Deutschen Weinstraße, dem Pfälzer Wald oder der Mosel- und Rheinregion. Vereinzelte Regionen werben mit Ihren Filmproduktionen, vermarkten damit ihre Drehorte und ihre Region – also warum soll Rheinland-Pfalz den Beispielen im Land nicht folgen?

Datenbank für regionale Drehorte

Um einen Film zu drehen, bedarf es meist verschiedener und oft spezieller Drehorte, und um diese zu finden, gibt es weltweit sogenannte Location Guides – kostenlose Online-Datenbanken für regionale Drehorte. In Rheinland-Pfalz – dem einzigen Bundesland ohne Production- und Location Guides – wird die regionale Filmbranche aktuell flächendeckend erfasst und die Daten aufbereitet, um diese zugänglich machen zu können. Bei der Vermarktung von Drehorten geht es um Reise-Inspirationen durch Leinwand- und Fernsehbilder. Regionale Identität wird nicht nur durch Bilder definiert, Bewegtbild kann die regionale Identität einfangen und für immer festhalten. ■

[10] Vgl. Helm, Jonas (2015): Bei den Dreharbeiten zur Serie ‚Weinberg': Ein Hauch von Hollywood in Mayschoß. In: Rhein-Zeitung vom 05.10.2015. URL: www.rhein-zeitung.de/kultur/kino-tv_artikel,-Besuch-bei-den-Dreharbeiten-zur-Serie-Weinberg-Hauch-von-Hollywood-in-Mayschoss-_arid,1378559.html [13.02.2017].

[11] Vgl. o. A. (o. J.): Deutschland - Rheinland-Pfalz. URL: www.wozdaz.com/drehorte/gebiet/deutschland-rheinland-pfalz.html [13.02.2017].

[12] Vgl. www.wochenspiegellive.de/eifel/kreis-mayen-koblenz/mendig/artikel/die-vampirschwestern-drehen-im-lavakeller-31426/ [10.03.2017].

[13] Vgl. www.wozdaz.com/drehorte/gebiet/deutschland-rheinland-pfalz.html [13.02.2017].

[14] Vgl. www.bergfex.de/sommer/rheinland-pfalz/touren/wanderung/36412,traumschleife-soonwald/ und www.filmtourismus.de/heimat [10.03.2017].

Anmerkung der Autorin: Alle Beispiele haben exemplarischen Charakter und es besteht bei aktuellem Recherche-Stand keine Gewähr auf Richtigkeit oder Vollständigkeit.

Gestalterische Teilhabe – Kulturvermittlung 2.0

Prof. Dr. Susanne Keuchel
Direktorin der Akademie der Kulturellen Bildung des Bundes und des Landes NRW e. V.

Kulturvermittlung findet heute unter anderen Bedingungen statt und zwar in einer stark kommerzialisierten, digitalen, globalen und pluralistischen Gesellschaft. Im Folgenden werden diese veränderten Rahmenbedingungen kurz skizziert, um praktische Konsequenzen für eine Kulturvermittlung 2.0 ableiten zu können.

Kulturbesuche sind freiwillig geworden! Diese auf den ersten Blick irritierende Aussage knüpft an das kulturelle Kapital von Bourdieu[1] und seine These an, dass eine kulturelle Elite kulturelles Kapital benötigt, um sich mit eben diesem Kapital als Elite zu positionieren. Demnach ist der Kulturbesuch keine freiwillige Angelegenheit, sondern ein notwendiges Statussymbol. Im Vergleich zu den Achtzigern gibt es heute eine Vielzahl an kommerzialisierten Medien- und Freizeitangeboten. Für das gesellschaftliche Ansehen kann es heute, statt in die Oper zu gehen, genauso prestigeträchtig sein, die VIP-Lounge im Fußballstadion oder eine exklusive Sauna- oder Wellnessanlage zu besuchen. Es ist weniger ein kultureller Kanon, der heute die Exklusivität einer Aktivität bestimmt, als vielmehr die Vermarktung des Angebots. Öffentlich geförderte Kultureinrichtungen können dabei mit den Öffentlichkeitsetats von kommerziellen Anbietern in der Regel nicht konkurrieren. Angesichts begrenzter Etats ihres Aufgabenfeldes und für Öffentlichkeitsarbeit macht es wenig Sinn für Kultureinrichtungen, auf gleicher Ebene mit kommerziellen Anbietern zu konkurrieren. Vielmehr ist es entscheidend, sich auf eigene Stärken zu beziehen. Dabei sind vor allem die Authentizität (Einmaligkeit), der Status der öffentlichen Förderung und der gesellschaftspolitische Auftrag von Bedeutung.

Das Einmalige ist exklusiv

Authentizität ist in Zeiten beliebiger Reproduzierbarkeit ein wertvolles Gut. Empirische Studien[2] zeigen, dass vor allem jüngere Generationen beim Kulturbesuch Authentizität und das Liveerlebnis schätzen. Bei Werbebotschaften wird es daher zunehmend wichtig, die Einmaligkeit des künstlerischen Werks plakativ hervorzuheben. Bei der Betonung des Einmaligen können auch ungewöhnliche Orte und Zeiten mitgedacht werden, wie die Mitternachtsoper oder die Einbeziehung ungewöhnlicher Räume, wie Industriegebäude, Szeneclubs, Märkte oder Schiffe. Beispiele wie die Yellow Lounge der Deutschen Grammophon[3] oder die Waldbühnenkonzerte der Berliner Philharmoniker belegen den Erfolg solcher exklusiver und authentisch gestalteter Kulturevents bei allen Bevölkerungsgruppen. Ein rheinland-pfälzisches Beispiel ist die Landesstiftung Villa Musica, die es sich neben der kammermusikalischen Nachwuchsförderung zur Aufgabe gemacht hat, immer wieder neue Spielorte zu entdecken, wie die Synagogen des Landes, Scheunen oder Industriedenkmäler.[4]

Als öffentlich geförderte, oftmals kommunale Kultureinrichtungen ist es in der Regel einfach, sich mit anderen öffentlichen Einrichtungen zu vernetzen oder sich im öffentlichen Raum zu positionieren, so beispielsweise auf dem Marktplatz, Bürgeramt oder öffentlichen Parkanlagen. Für eine bessere Zielgruppenansprache können zudem Kooperationen mit Schulen, Vereinen, sozialen Einrichtungen und Verbänden im Sinne kommunaler Bildungslandschaften oder kommunaler Gesamtkonzepte für Kulturelle Bildung beitragen. Diesem Ansatz folgt auch das von der Landesregierung Rheinland-Pfalz initiierte Programm ‚Jedem Kind seine Kunst'. Kulturschaffende einerseits und öffentliche Einrichtungen wie Schulen, Kindertages-

[1] Vgl. Bourdieu, Pierre (1982): Die feinen Unterschiede. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

[2] Vgl. Keuchel, Susanne (2008): Live allein macht auch nicht glücklich. In: Das Orchester. 9/2008.

[3] Die Yellow Lounge wurde 2001 in Berlin gegründet und hat sich zu einem weltweiten Projekt entwickelt. Die Idee dahinter: Klassische Musik trifft auf Clubkultur. Vgl. www.klassikakzente.de/yellowlounge/home [13.02.2017].

[4] Vgl. von Hellborn, Henriette (2016): 30 Jahre Villa Musica. Synagogen und andere besondere Orte. URL: www.swr.de/swr2/kultur-info/kultur-regional-musik-villa-musica-mainz/-/id=9597116/did=18062144/nid=9597116/18dtqwg/index.html [13.02.2017].

AKADEMIE DER KULTURELLEN BILDUNG
des Bundes und des Landes NRW

stätten oder Vereine andererseits können über diese Plattform miteinander in Kontakt treten, um gemeinsam Projekte der kulturellen Bildung zu gestalten[5].

Das Konzept ‚Kunst im sozialen Kontext'[6] wird überdies zunehmend von öffentlichen Kultureinrichtungen aufgegriffen und künstlerische Interventionen in partizipativen Konzepten nach außen verlagert. Die Kulturakteure verlassen ihre Häuser und gehen ins Quartier. Ein besonderes Beispiel ist hier die Bremer Kammerphilharmonie, die ihre Proberäume in die Gesamtschule Bremen-Ost verlagert hat.

Ohne Teilhabe geht fast nichts mehr

Der gesellschaftspolitische Auftrag der Kultureinrichtungen wird vielfach im Sinne der Ermöglichung von Kultureller Teilhabe verstanden. Dabei wird die Teilhabe oft auf den barrierefreien Zugang reduziert. Teilhabe ist jedoch mehr als ‚teilnehmen', diese beinhaltet ganz wörtlich auch das ‚Anteilhaben' an unserer Gesellschaft und damit auch gestalterische und selbstbestimmte Teilhabe. Diese aktive Teilhabe kann auf unterschiedlichen Wegen ermöglicht werden: durch das Schaffen von Foren in einer Einrichtung für professionelle und für künstlerische Laiendarbietung, oder beispielsweise in der professionellen künstlerischen Auseinandersetzung mit Lebenswelten und gesellschaftsrelevanten Themen, die unterschiedliche Bevölkerungsgruppen bewegen. Kunst hat sich immer schon mit gesellschaftsrelevanten Themen auseinandergesetzt. Dies ist jedoch in einer pluralistischen Gesellschaft, die sich von einer Stände- über eine Schicht- zu einer milieuspezifischen Gesellschaft mit sehr unterschiedlichen Lebensstilen und Wertevorstellungen entwickelt hat, zunehmend schwierig. Aktuell werden viele Kultureinrichtungen nur von Teilen der Bevölkerung besucht, die eher älter sind und eine hohe Schulbildung haben. Umgekehrt besuchen jedoch nicht alle mit hoher Schulbildung klassische Kultureinrichtungen.

Möchten Kultureinrichtungen die Lebenswelten von Jung und Alt, mit und ohne Migrationshintergrund, in Städten und Gemeinden, mit unterschiedlichen Voraussetzungen und Lebensstandards aufgreifen, geht dies kaum noch ohne partizipative Konzepte. In der experimentellen empirischen Studie ‚Culture to be'[7] wurde jungen Leuten in klassischen Kultureinrichtungen entsprechend Raum gegeben, eigene Kulturvermittlungskonzepte zu entwickeln. Diese Kulturkonzepte wurden inhaltsanalytisch untersucht nach Bausteinen, die wiederholt aufgegriffen wurden. Ein roter Leitfaden dieser Konzepte war in der Tat die systematische partizipative Einbindung von jungen Menschen bei Organisation und Durchführung von Kulturangeboten.

Dies unterstreicht den Stellenwert von partizipativen Konzepten, die auch bei einer stärkeren Berücksichtigung von kultureller Vielfalt hilfreiche Akzente setzen können. Kultureinrichtungen gehen vielfach davon aus, dass sie sehr international in ihrem Repertoire aufgestellt sind. Analysen[8] verweisen jedoch auf eine eher dominierende eurozentrisch westliche Perspektive. Das kulturelle Kapital, das wir durch Einwanderung gewinnen, kann eine Bereicherung und ein gutes Korrektiv sein, wie partizipative Projekte, wie die aktuellen Konzerte der Berliner Philharmoniker mit syrischen Geflüchteten zeigen, die den Konzertsaal mit neuen Vierteltonklängen und Instrumenten, wie Oud oder Nay, bereichern. Ein Beispiel aus Rheinland-Pfalz ist hier das 2016 von der Villa Musica veranstaltete Konzert des Damascus String Quintet, wo aus Syrien geflüchtete Musikerinnen und Musiker bisweilen ungewohnte Klänge nach Mainz brachten.

Akademie der Kulturellen Bildung des Bundes und des Landes NRW e. V.

Die Akademie der Kulturellen Bildung des Bundes und des Landes NRW e. V., gegründet 1958, ist das zentrale Institut für kulturelle Kinder- und Jugendbildung der Bundesrepublik Deutschland und des Landes Nordrhein-Westfalen. Als Fortbildungsakademie für Fachkräfte der Jugend-, Sozial-, Bildungs- und Kulturarbeit ist sie eine anerkannte Einrichtung der Kinder- und Jugendförderung. Als einzige Einrichtung in Deutschland bietet sie Fort- und Weiterbildung in den verschiedenen künstlerischen Fachdisziplinen sowie spartenübergreifend. Die Akademie Remscheid verfügt über eine ausgewiesene Expertise in Theoriebildung, Politikberatung und Konzeptentwicklung. Forschung und Evaluation gehören ebenso zu ihren Leistungen wie die Erschließung von pädagogischen und gesellschaftlichen Querschnittsthemen.

[5] Vgl. Ministerium für Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur des Landes Rheinland-Pfalz (o. J.): Jedem Kind seine Kunst. URL: https://kulturland.rlp.de/de/kultur-vermitteln/jedem-kind-seine-kunst/ [13.02.2017].

[6] Vgl. Mayerhofer, Elisabeth (2012): Kultur abseits des Mainstream, Soziokultur, Subkultur. In: Popp, R./Zechenter, E./Reinhardt, U. (Hrsg.): Zukunft. Kultur. Lebensqualität. Wien, Berlin. S. 60.

[7] Vgl. Keuchel, Susanne/Weber-Witzel, Markus (2009): Culture to be. Das Düsseldorfer Jugend-Kulturkonzept. Bonn.

[8] Vgl. Keuchel, Susanne/Larue, Dominic (2011): Kulturwelten in Köln. Köln: ARCult Media.



Die Musiker des Damascus String Quintet (v.l.n.r.): Shalan Alhamwy (1. Geige), Hivron Mirkhan (2. Geige), Karam Al Zouhir (Viola), Basilius Alawad (Violoncello), Raed Jazbeh (Kontrabass).

Virtuell und real

Der mediale Wandel führt ebenfalls zu mehr Partizipation in Kultureinrichtungen. Junge Generationen leben in ‚virealen' Welten, sie gehen auf eigene Weise mit sozialen Medien um. Der Begriff ‚vireal' wurde vom Institut für Neue Medien an der Städelschule in Frankfurt am Main um den damaligen Direktor Peter Weibel geprägt. Infolge medientechnologischer Entwicklungen erleben Jugendliche Raum als von Menschen und deren Handlungen konstruiert. So unterscheiden sie nicht mehr zwischen realen und virtuellen Medien[9], wie dies ‚digital immigrants' noch praktizieren. Daher sollten junge Menschen zur zeitgemäßen Einbindung digitaler Medien von der Zielgruppenansprache bis hin zur künstlerischen Präsentation und Vermittlung einbezogen werden. Die Akademie der Kulturellen Bildung des Bundes und des Landes NRW e. V. hat dafür eine Ideenwerkstatt und ein Fortbildungslabor in Kooperation mit dem Bundesverband Museumspädagogik entwickelt, die sich an FSJlerinnen und FSJler sowie Museumspädagoginnen und Museumspädagogen richtet.

Die Kunst einer Kulturvermittlung 2.0 besteht darin, aus dem Elfenbeinturm herauszukommen, ohne die eigene Professionalität aufzugeben. Im Fokus steht dabei eine intensive künstlerische und partizipative Auseinandersetzung mit aktuellen gesellschaftlich relevanten Themen und den Lebenswelten unterschiedlichster Bevölkerungsgruppen als Motor für gesellschaftliche und künstlerische Weiterentwicklung. ■

[9] Vgl. Ketter, Verena (2011): Vireale Sozialraumaneignung. In: Jugendarbeit und social networks. Merz | medien + erziehung, Zeitschrift für Medienpädagogik Heft 3.

Technologisch auf der Höhe: Kommunikation im Oberen Mittelrheintal

Dr. Karin Drda-Kühn
Geschäftsführerin von Kultur und Arbeit e. V.

Rainer Zeimentz
Vorstand der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz

Kultur und Kulturerbe sind wichtiger Ausdruck der regionalen Identität in Rheinland-Pfalz. Kulturveranstaltungen, historische Bauten und Welterbestätten gehören ebenso dazu wie Brauchtum, überliefertes Wissen und Alltagskulturen. Allein vier UNESCO-Weltkulturerbe- und Weltnaturerbe-Stätten (Kulturlandschaft Oberes Mittelrheintal, der Dom zu Speyer, die römischen Monumente mit Dom und Liebfrauenkirche in Trier, der rheinland-pfälzische Abschnitt des Limes) in Rheinland-Pfalz stehen für den außergewöhnlichen kulturellen Reichtum des Landes, der zur Identitätsstiftung seiner Bewohnerinnen und Bewohner maßgeblich beiträgt.

Kulturelle Identität in Rheinland-Pfalz ist gleichzeitig höchst heterogen und in ständigem Wandel begriffen, sind doch Strukturen und Orte der Identitätsstiftung im ländlich geprägten Rheinland-Pfalz in den letzten Jahrzehnten massiv zurückgegangen:

- Vereine, einst das Rückgrat kulturellen und sozialen Lebens in Dörfern und kleinen Städten, verlieren Mitglieder und haben Schwierigkeiten, ihre Verwaltungs- und Leitungsfunktionen zu besetzen;
- Gaststätten auf dem Land, einst Versammlungsorte der Vereine und Orte gelebten Brauchtums, schließen mangels Gästen;
- Gebäude, die im dörflichen und kleinstädtischen Leben eine wichtige Rolle spielten, wie Kirchen, Klöster und Beherbergungsstätten, erfahren zunächst Vernachlässigung, schließlich kommt es zur Schließung bis hin zum Abriss;
- Kirchengemeinden, einst Träger christlich und kulturell geprägten Lebens auf dem Land, schrumpfen.

All dies ist keineswegs nur dem demographischen Wandel zuzuschreiben, und schon gar nicht ist es ein rheinland-pfälzisches Phänomen. Es kommen weitere Faktoren dazu, beispielsweise die Mobilität von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, deren Arbeitsplätze befristet sind oder von vorneherein als temporäre Karriereschritte definiert werden. Die geschilderten Entwicklungen haben zudem eine Geschlechterdimension, waren es doch früher vor allem Frauen, die Strukturen und Orte der Identitätsbildung gepflegt haben. Doch inzwischen sind es vor allem die gut ausgebildeten jungen Frauen, die den ländlichen Raum verlassen auf der Suche nach adäquaten Arbeitsplätzen.

In Rheinland-Pfalz gibt es zu den geschilderten sozialen Herausforderungen seit einigen Jahren innovative Antworten, die sich an den Schnittstellen zwischen Kultur und neuen Medien herauskristallisieren. Es sind einerseits digitale Antworten, die auf soziale Fragen gegeben werden, es sind aber auch Beispiele zivilgesellschaftlicher Kreativität, um Lösungswege für drängende Herausforderungen zu finden. Auffallend dabei ist, dass soziale Netzwerke eine maßgebliche Rolle spielen. Vier Beispiele aus dem Arbeitsbereich der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz seien stellvertretend für diese Entwicklung heraus gegriffen.

Burgenblogger und Cicerones

Das beste Beispiel ist die ‚Burgenblogger'-Initiative im Mittelrheintal, getragen von der Generaldirektion Kulturelles Erbe (GDKE), der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz und der Rheinzeitung. Die Idee dahinter: Ein digitaler Reporter (zum Start der Initiative eine Burgenbloggerin) bezieht Quartier in der Burg Sooneck und berichtet via Blog, Facebook, Twitter und Instagram über das Mittelrheintal. Angestoßen 2014 als Experiment zur Ermittlung des regionalen Entwicklungspotenzials des Mittelrheintals mit seinen rund 170.000 Bewohnerinnen und Bewohnern, als Versuch der Steigerung des Bekanntheitsgrades und Stärkung der Region Welterbe Oberes Mittelreintal, bescherte die Initiative der Region einen erstaunlichen Erfolg an öffentlicher Aufmerksamkeit[1] – und das weit über rheinland-pfälzische Grenzen hinaus. Die Burgenbloggerin befasste sich mit Problemen wie Bahnlärm,

[1] Rund 3.600 Menschen bekundeten ihr Interesse allein an der Facebook-Seite des Burgenbloggers www.facebook.com/burgenblogger, auf Twitter fanden sich 990 Follower und der Blog fand einige zehntausend Leserinnen und Leser (Stand 02/2017).



Kulturort
Freilichtbühne Loreley

Bevölkerungsrückgang und Sanierungsstau touristischer Infrastruktur und öffnete durch die genutzten sozialen Medienkanäle der Tal-Öffentlichkeit die Möglichkeit des kontinuierlichen Austausches untereinander. Durch den Blick von außen stellte sie andere Fragen und zog aus den Antworten neue Schlüsse.

Als weiteres Beispiel mag das ‚Festungsleuchten' in der Festung Ehrenbreitstein das Zusammenwirken von Kultur, neuen Medien und Identitätsbildung bezeugen. Zur Bundesgartenschau 2011 erlebten viele tausende Menschen mit Einbruch der Dämmerung die Illuminationen der beeindruckenden Festungsmauern, wenn vielfarbiges Licht Geschichten auf die mächtigen Festungsmauern zauberte. Besucherinnen, Besucher und Einheimische ließen sich auf die Magie des Augenblicks ein und kamen miteinander ins Gespräch. Ein neues Kulturformat brachte Menschen zusammen, machte Kulturerbe völlig neu erlebbar. Der Erfolg des Formats ermöglichte eine Fortsetzung, andere Orte des rheinland-pfälzischen Kulturerbes sind hinzugekommen (die Burg Klopp in Bingen und die Burg Pfalzgrafenstein in Kaub). Über soziale Netzwerke teilen Bewohnerinnen, Bewohner und Gäste ihre Bilder und Eindrücke. So entsteht aus der Freude an dem neuen Kulturformat eine Gemeinschaft, die ‚ihr' Mittelrheintal als neuen lebenswerten Ort begreift und stolz darauf ist. Auch hier ist eine neue, kulturell motivierte Identität entstanden.

Die kulturtouristische Erschließung des römischen Limes erhielt in den Jahren 2011 bis 2013 durch das europäische Projekt ‚Limes Mobile' Schub und Aufmerksamkeit in Rheinland-Pfalz. Die römische Grenzbefestigung wurde dabei mithilfe sozialer Medien und zahlreicher Begleitmaßnahmen erfasst und in ihrer sozialen, touristischen und ökonomischen Bedeutung neu bewertet. Die Einbindung von lokalen Akteuren (beispielsweise der Cicerones, der Gästeführer am Limes) machte die starke Verbundenheit mit

dem Weltkulturerbe Limes deutlich und ermutigte zur Teilhabe an der Wertschöpfung des längsten Bodendenkmals Europas.

Jüngstes Beispiel: Das Projekt ‚Bundesgartenschau (BUGA) 2031'. Im Auftrag des rheinland-pfälzischen Innenministeriums ist die Entwicklungsagentur mit den Vorarbeiten zur Bewerbung für die Bundesgartenschau 2031 befasst. Diese würde entlang der 67 Kilometer zwischen Rüdesheim und Koblenz stattfinden, wobei der Loreley-Felsen den Mittelpunkt bildet. Ziel einer Bundesgartenschau 2031 im Welterbe Mittelrheintal ist es, die Bekanntheit der Region dauerhaft zu steigern. Analog zur BUGA 2011 in Koblenz geht es auch hier um die nachhaltige Weckung von Bürgersinn für die Belange im Mittelrheintal. Die gemeinsame Arbeit an diesem ortsübergreifenden Ziel wird dazu beitragen, weitere Maßnahmen im Tal zu verwirklichen und bestehende Planungsstaus zu lösen. Dass sich Bürgerinnen und Bürger bereits jetzt mit großem Engagement für ‚ihr Tal' einsetzen, belegt unter anderem die Facebook-Gruppe ‚Du weißt Du kommst vom Mittelrhein, wenn…', in der die Tal-Bewohnerschaft ein Forum hat, sich mit den Vorbereitungen zu einer BUGA und den damit verbundenen Lösungsansätzen für das Tal zu befassen.

Community statt Verein

An die Stelle des Vereins, bei dem die Mitgliedschaft meist lebenslang angelegt war, treten ‚communities', zeitlich und örtlich wechselnde Gemeinschaften, die sich für ein Thema ebenso schnell interessieren und begeistern, wie sie es auch wieder verlassen. Die Teilnahme ebenso wie das Verlassen geschehen in digitalen sozialen Netzwerken mit nur einem Klick. Dies bedeutet nicht zwangsläufig, dass so entstandene Gemeinschaften weniger ernsthaft und engagiert betrieben werden oder sich weniger mobilisieren lassen. Sie mögen kurzfristig angelegt sein, aber in der Intensität des Engagements sind sie einer Verpflichtung in einem Verein durchaus ebenbürtig. Sie leben von Meinungsvielfalt und Transparenz der Entscheidungen.

Die Beispiele verdeutlichen, dass solche Gemeinschaften erheblich zur kulturellen Identität beitragen, führen sie doch dazu, dass die lokale Bevölkerung und vor allem auch junge Menschen als Schlüsselakteure einbezogen sind. Damit sichern sie Teilhabe und langfristigen Erhalt von Kultur und Kulturerbe.[2] Diese neuen Formate kultureller Identitätsbildung dürften für Rheinland-Pfalz in der Zukunft noch wichtiger werden. ■

[2] Die Entwicklung von innovativen Beteiligungsformaten wird von der Deutschen UNESCO-Kommission als unabdingbar für Erhalt und Wertschätzung des Kulturerbes gewertet (siehe ‚Leipziger Empfehlungen für einen nachhaltigen Umgang mit dem Welterbeprogramm in Deutschland': http://heritagestudies.eu/global-strategy-deutschland/ [27.02.2017]).



BUGA 2031 am romantischen Rhein?

RPR1. – Heimatsender mit Weltsicht

Im Gespräch mit Kristian Kropp, Geschäftsführer der Rheinland-Pfälzische Rundfunk GmbH & Co. KG

Seit 30 Jahren hören Menschen in Rheinland-Pfalz und angrenzenden Bundesländern RPR1. Live und lokal – darauf stützt sich der Erfolg des ‚Heimatsenders'. Über Alleinstellungsmerkmale, Integrationsauftrag und aktuelle Herausforderungen des Hörfunkmarkts haben wir mit Kristian Kropp, Geschäftsführer von RPR, gesprochen.

ZIRP: **Herr Kropp, im letzten Jahr hat RPR1. einen runden Geburtstag gefeiert. Wie kam es 1986 zur Gründung des ersten privaten Radiosenders in Rheinland-Pfalz?**

Kristian Kropp: In den 80er Jahren wollte man neben den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auch privates Radio und Fernsehen etablieren. Hinzu kommt, dass Rheinland-Pfalz in puncto Medienentwicklung bereits damals sehr visionär war. Von hier ging die gesamte Kabel- und Fernsehbewegung aus, nicht umsonst sprach man hier vom ‚medienpolitischen Urknall'. Wir hatten und haben im Land im Bereich Medien einen sehr fruchtbaren Boden. Hier gab es Pioniere – Verleger und radioaffine Menschen, die damals eine große Chance erkannt und vorangetrieben haben. Wirtschaftlich war das zunächst sehr schwierig, da es den Radio-Werbemarkt, wie wir ihn heute kennen, noch nicht gab. Der privatwirtschaftlich-elektronische Medienmarkt musste erstmal aufgebaut werden. Der Tradition dieser Pioniere fühlen wir uns bis heute verpflichtet. Ihre visionäre Kraft von damals macht bis heute die Urkraft von RPR als Unternehmensgruppe aus.

Was sind die aktuellen Herausforderungen des Hörfunkmarkts?

Kropp: Uns treibt die Frage um, welche Rolle Rheinland-Pfalz in der globalen Digitalisierung von Medien spielen wird. Die Radio-Digitalisierung kennt keine lokalen Grenzen mehr. Wir erreichen von Koblenz, Mainz oder Ludwigshafen aus Deutschland und die Welt. Umgekehrt gilt das aber auch. Globale Player wie Facebook, Google, Amazon und Spotify, aber auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit dem SWR erreichen uns im Lokalen.

Wie äußern sich die regionalen Ziele internationaler Medienunternehmen?

Kropp: Das ist eigentlich ganz einfach zu beantworten: Wo kommen die Kunden von Spotify her? Sie kommen aus ihren jeweiligen Regionen in Deutschland. Das ist das Besondere an der globalen Digitalisierung, sie hat ein klares lokales Ziel. Google ist nicht einfach nur ein ‚Global Player', sondern ein ‚Global Local Player'. Werbung ist im Kern der Versuch, Menschen zu einer bestimmten Handlung zu bewegen, und das funktioniert nun mal am besten lokal.

Bei den Hörerinnen und Hörern kommt RPR1. sehr gut an. Was steckt hinter dem Erfolg?

Kropp: Das Geheimnis ist, das Spannungsfeld zwischen der Heimat und der Welt positiv und ausgeglichen zu gestalten. Wir sind ein moderner Heimatsender mit Weltsicht. Heute spielt die Welt im lokalen Bezug eine entscheidende Rolle. Es ist wichtig, zwischen Heimat und Welt ein positiver Anker für die Menschen zu sein.

Wie schafft RPR diesen Spagat?

Kropp: Die RPR-Unternehmensgruppe ist, vor allem mit RPR1., aber auch mit bigFM, ein sehr wichtiger Orientierungspunkt für Menschen in Rheinland-Pfalz. Bei RPR1. gilt: ‚Gute Laune von der Südpfalz bis nach Köln'. Mit dieser Mentalität wollen wir als gutes Beispiel vorangehen, indem wir die Welt trotz all ihrer negativen Seiten und bestehender Herausforderungen aus einer positiven Perspektive betrachten. Freude braucht Mut, Leistung und ein positives Bild vom Menschen. Das haben wir.



Kristian Kropp
Geschäftsführer von RPR

Welche Bedeutung hat Musik beim Thema ‚Heimat', ‚Identität' und ‚Integration'?

Kropp: Musik hat die Kraft, Menschen zu verbinden. Der Klang unterscheidet nicht zwischen Gut und Böse. Menschen hören dieselbe Musik und kennen sich gar nicht. Über die Musik lernen sich Menschen kennen, weil sie sich wiederum in der Musik selbst erkennen. Kurzum: Musik ist ein Schlüssel des Menschen zu sich selbst und stiftet Gemeinschaft. Die größte Herausforderung ist und bleibt, ganze Gruppen von Menschen und nicht nur Einzelpersonen mit derselben Musik zu erreichen. Rheinhessen, Westerwälder, Eifelaner, Südpfälzer, Kurpfälzer und Rheinländer unterscheiden sich, das drückt sich nicht zuletzt in Sprache und Mentalität aus. Würden wir nur für den Westerwald senden oder nur für die Pfalz oder das Rheinland, würde man deutliche Unterschiede in der Musikfarbe wahrnehmen können. Als Landessender ist es aber unsere tägliche Aufgabe, für diese heterogene Gruppe von Menschen ein gemeinschaftliches Musikprogramm zu entwickeln, das bei allen Hörerinnen und Hörern ein Gefühl von Heimat erzeugt. RPR spielt als Klammer in Rheinland-Pfalz eine ganz wichtige Rolle, weil Musik gemeinsame Identität schafft. Die Information hat eher einen lokaleren Schwerpunkt und Bezug, den größeren identitätsstiftenden Inhalt bietet Musik.

Gibt es ein Lied, das Sie persönlich mit Heimat verbinden?

Kropp: Unsere Musik ist sehr international. Internationalität zeichnet Rheinland-Pfalz aus. Historisch betrachtet waren hier schon immer viele verschiedene Kulturen beheimatet, die im Zeitverlauf kamen, gingen oder miteinander verschmolzen sind. Bis heute ist zum Beispiel der starke US-amerikanische Einfluss im Bereich von Hip Hop und R&B besonders in Rheinland-Pfalz sichtbar. Ehrlich gesagt würden wir gerne noch mehr lokale Künstler aus Rheinland-Pfalz im Radio spielen. Zwei Songs fallen mir da direkt ein: Mark Foster mit ‚Bauch und Kopf' und ‚Eine Landjugend' der Band Jupiter Jones. ‚Bauch und Kopf' repräsentiert für mich – ich bin ja selbst gebürtiger Kurpfälzer – die unterschiedlichen Kräfte im Land, die Spannung zwischen Herz und Verstand. In ‚Eine Landjugend' spüre ich die Kraft der Heimat. Es gibt natürlich noch andere wunderbare rheinland-pfälzische Künstlerinnen und Künstler, wenngleich auch viel zu wenige die nötige Bekanntheit haben.

Gibt es nicht genug Musik regionalen Ursprungs in Rheinland-Pfalz?

Kropp: Es gibt sie, aber den Künstlern fehlt die Bekanntheit, die Power der Industrie. Das Musikbusiness ist leider fest in anglo-amerikanischer Hand. Ich habe zwei wunderbare Beispiele genannt, aber in den letzten 30 Jahren sind vielleicht gerade mal ein halbes Dutzend zusammengekommen, die auch national in Erscheinung getreten sind. Das könnte natürlich deutlich mehr sein, wenn die professionelle Förderung des Nachwuchses hier im Land eine staatliche, stärkere Struktur hätte. Öffentlich-rechtliche Sender und private könnten mit diesem Ziel auch stärker zusammenarbeiten. Wir würden gerne gemeinschaftlich Aufgaben für das Land und die Kulturförderung und -entwicklung übernehmen.

2014 hat RPR1. gemeinsam mit der ZukunftsRegion Westpfalz eine CD mit regionalen Musikerinnen und Musikern herausgebracht. Eine Spielart der Kulturförderung?

Kropp: Unbedingt! Mit solchen Projekten leisten wir einen wichtigen Beitrag zur regionalen Kultur. Mit den ‚Westpfalz-Hits' wurde einmal mehr deutlich, wie stark die Musikalität im Land ist. Ich würde sogar sagen, dass sie überproportional hoch ist.

Das Leben spielt zunehmend in Sozialen Medien. Wie holen Sie Hörerinnen und Hörer im Netz ab?

Kropp: Das Radio ist unserer Einschätzung nach das sozialste unter den Massenmedien. Radio ist das älteste elektronische ‚Community Medium' der Welt, weil es durch die Musik Gemeinschaft erzeugt. Soziale Medien sind natürliche Schwestern des Radios und werden dementsprechend stark von uns eingebunden. Mit RPR1. und bigFM zusammen kommen wir auf 1,2 Millionen Facebook-Fans. Gemessen an der Bevölkerungszahl zählen wir im bundesweiten Vergleich zu den erfolgreichsten Medienunternehmen im Social Web.

Ist Radio ein Integrationsmedium?

Kropp: Wir bei RPR1. verstehen uns als Triebfeder für die Verständigung – auch unter den Regionen im Land. Das Besondere an Rheinland-Pfalz ist ja gerade die Vielfalt. Die vielfältigen Landschaften sind ein Ausdruck der Verschiedenartigkeit der Menschen, die hier leben. Es ist unsere Aufgabe und unser Anspruch, in unserem Programm das Gemeinschaftliche in den Vordergrund zu stellen. Wir setzen all dem Negativen gute Laune und Positivität entgegen. Gleichzeitig liegt im Positiven die Kraft, auch das Negative zu zeigen. So bringen wir beispielsweise auch die Ängste ‚on air', die wir in der Gesellschaft wahrnehmen. Wir versuchen ein Stück weit, die Stimme des Landes zu sein, denn die größte Schwäche unserer heutigen Gesellschaft ist die Tabuisierung von Themen. Gleichzeitig ist es unsere Aufgabe, uns alle immer wieder an unsere Grundwerte zu erinnern, mit dem Ziel, das Menschsein im Fokus zu behalten, ohne Zeigefinger. Kritischer Journalismus sollte die Gesellschaft begleiten, ohne dabei zum Oberlehrer zu werden, die Verständigung zwischen divergierenden Meinungen aufrechterhalten und Probleme ansprechen. Das ist eine große Verantwortung, der wir auch nicht immer voll gerecht werden. Aber wir versuchen es zumindest.

Ziehen die Zuhörerinnen und Zuhörer mit?

Kropp: Ja! Ein konkretes Beispiel: Im Rahmen der ‚Initiative für Integration' von bigFM suchen wir einmal im Jahr in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg nach ‚Integrationshelden'. Das sind Vereine oder Einzelpersonen, die sich durch herausragende Projekte für Integration stark machen. Die Teilnahme ist enorm und die Projekte sind berührend. Dieses Füreinander ist eine besondere Fähigkeit in den rheinland-pfälzischen Regionen. Man hilft einfach gerne mit! Dieses Mitmachen und Anpacken ist ja auch das Besondere am Radio. Interaktion mit den Zuhörerinnen und Zuhörern ist ein wesentlicher Bestandteil des Programms. Das ist das, was Radio so stark macht – bis heute.

Sind die Menschen in Rheinland-Pfalz extrovertierter als ihre Nachbarn?

Kropp: Es kostet immer Überwindung, im Radio anzurufen und die eigene Meinung zu vertreten. In der Kommunikationspsychologie nennt man das ‚Selbstoffenbarung'. Die Bereitschaft dazu ist in manchen Regionen signifikant höher als in anderen. Man teilt sich hier gerne mit. Und das ist natürlich für ein interaktionsbasiertes Medium wie dem Radio ein Traum. Dann kann man auch mit dem Publikum Inhalte gestalten. Ein Beispiel ist das Hilfsprojekt ‚RPR hilft', das es seit 25 Jahren gibt: In Rheinland-Pfalz gründet der Erfolg der Aktion auf den zahlreichen Kleinstspenden von Privatpersonen. Da sind wir Weltmeister. Hier sieht man wieder die Hilfsbereitschaft, dieses Mithelfen und zusammen etwas auf die Beine stellen. Darauf können wir in Rheinland-Pfalz stolz sein. ■



ll das, was man sich unter Schönheit dieser Welt vorstellen kann, ist hier vereinigt.

Fjodor Dostojewski über das Lahntal
in einem Brief vom 13. Juni 1874

Kultur feiert

99 **Zur richtigen Zeit am richtigen Ort: Das Event als regionales Erlebnis**
Dr. Martin Sigmund

101 **Zuhause in der Musik**
Prof. Alexander Hülshoff

102 **Wein, Wandern und Kultur – einzigartige Gastlandlandschaften**
Jasmin Koch

105 **Moderne Römerstadt: „Trier – Zentrum der Antike“**
Dr. Anne Kurtze

108 **Kulturelle Leuchttürme – Festivals in Rheinland-Pfalz**
Prof. Dr. Jürgen Hardeck

111 **Geschichte, Sagen, Glaube, Klang – Wormser Kulturprofile**
Im Gespräch mit Volker Gallé und David Maier

115 **Neue Finanzierungsmodelle für Kulturprojekte**
Dr. Karin Drda-Kühn

Zur richtigen Zeit am richtigen Ort: Das Event als regionales Erlebnis

„Theater kann heute überall stattfinden und jede erdenkliche Form annehmen."
Marina Davydova

Dr. Martin Sigmund
Unternehmensberater,
hartl sigmund consulting,
München

Events als spezifisches Werkzeug haben bestimmte Potenziale, die für Regionalentwicklungsprozesse von hohem Wert sind. Wie kaum ein anderes Medium können sie soziale Bindungen herstellen, Raum für Dialog schaffen, Identität und Sinn stiften. Heintel spricht von „Events als Einübungsfeld in das Erleben einer Zusammengehörigkeit, das kaum eine intellektuelle Beschwörung des interkulturellen Dialogs ersetzen kann"[1]. Genau diese Aspekte stehen im Zentrum zeitgemäßer Vorstellungen von Regionalentwicklung. Sowohl Eurostat als auch die OECD verweisen auf die Bedeutung von unterstützenden sozialen Beziehungen, Sinn und Identität für die Lebensqualität in Regionen und damit für deren Zukunftsperspektiven.[2]

Von den zahlreichen Gründen, die inszenierte Erlebnisangebote und Events heute attraktiv machen, seien exemplarisch drei genannt. Um Events in der Regionalentwicklung erfolgreich nutzen zu können, ist es hilfreich, diese tiefgreifenden Veränderungen und Bedürfnisse zu verstehen:

1. Events ermöglichen den Menschen die Erfahrung von Raum und Zeit. Diese Erfahrung geht durch die Allgegenwart des Internets und der sozialen Medien tendenziell verloren, denn diese sind unabhängig von Raum und Zeit. Es entsteht eine Lücke und ein vermehrtes Bedürfnis, zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu sein.
2. In einer Überflussgesellschaft, die in Europa seit Mitte des 20. Jahrhunderts erstmals in der Geschichte der Menschheit die Mangelgesellschaft ersetzt hat, fragen die Menschen nicht mehr: ‚Was will ich haben, was ich noch nicht habe?' Sie fragen sich: ‚Was will ich erleben, was ich noch nicht erlebt habe?'
3. Die fortschreitende Auflösung traditioneller Gemeinschaften (Verbände, Kirchen, traditionelle Familie) weckt Wünsche nach neuen, wenn auch flüchtigeren Gemeinschaftserfahrungen.

Um die eingangs genannten Potenziale ausschöpfen zu können, sollte man sich als erstes klar machen, dass das angestrebte Ergebnis von Events stets immaterieller Natur ist: Erinnerungen, im besten Fall ein Stück gemeinsame Geschichte der Beteiligten. Das bedeutet aber, dass auch in der Entwicklung und Konzeption immaterielle Aspekte absoluten Vorrang haben müssen. Der Schlüssel zum Erfolg von Events liegt zuallererst in der Qualität des gedanklichen Konzepts, sie benötigen als identitätsstiftende Ereignisse identifikationsfähige Inhalte, also Handlungsformen, Ideen oder Produkte, die es ‚wert' sind. Sorgfältige gedankliche Vorarbeit unter Einbeziehung möglichst vieler Betroffener lässt sich nicht durch technisches Eventmanagement ersetzen. Kulturelle, wirtschaftliche, soziale und historische Rahmenbedingungen bilden den Nährboden für starke Themen, sie lohnen die Recherche und Auseinandersetzung. Aus einer solchen Basis, aus einem derart tief wurzelnden Wissens- und Gedankengeflecht ergeben sich alle Elemente erfolgreicher Events wie von selbst.

In der Umsetzung sollten die Vorteile von ‚Liveness' und Präsenz genutzt werden, die im Zeitalter der auf Bildschirme beschränkten Kommunikation in den sozialen Medien neue Bedeutung und neuen Wert erhalten. Greifbare, ‚echte' Materialien jenseits der Simulation, Face-to-Face-Begegnungen, Berührungen, körperliche Erfahrung von Räumen, Gerüchen, Licht und Dunkelheit sowie der anwesenden Community erreichen Menschen auf ganz neue Weise. Auch wenn sich der Einsatz technischer Medien (Mikrophone, Verstärker, Bildschirme, Projektoren usw.) bei Veranstaltungen meist nicht vermeiden lässt, tendieren diese doch dazu, die Vorteile unmittelbarer Präsenz zu schwächen oder ganz auszulöschen. Im besten Fall bleiben sie unbemerkt.

Ein gutes Beispiel für ein geglücktes Regionalentwicklungs-Event ist das Projekt ‚Allied Musical Forces' in Erlauf: Zum 60. Gedenktag des Zusammentreffens der Alliierten aus West und Ost in

[1] Heintel, Peter (2007): Event als Angebot einer ‚Großgruppenkultur' in der Übergangsgesellschaft. In: Pühl, Harald/Schmidbauer, Wolfgang (Hrsg.): Eventkultur. Berlin. S. 64.

[2] Vgl. Eurostat (2015): Quality of Life in Europe. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Quality_of_life_in_Europe_-_facts_and_views_-_overall_life_satisfaction [13.02.2017].
Brezzi, M./Diaz Ramirez, M. (2016): Building subjective well-being indicators at the subnational level: A preliminary assessment in OECD regions. OECD Regional Development Working Papers. No. 2016/03. Paris. URL: www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/building-subjective-well-being-indicators-at-the-subnational-level_5jm2hhcjftvh-en [17.02.2017].

der kleinen Landgemeinde Erlauf (Niederösterreich), welches das Ende des 2. Weltkriegs bedeutete, wurde ein Event veranstaltet, bei dem sämtliche – sehr unterschiedliche – Musikensembles der Gemeinde entgegen ihrer sonstigen Gepflogenheit gemeinsam musizierten. Geleitet wurde das musikalische Event von dem zeitgenössischen Komponisten und Musiker Konrad Rennert. Die kleine Gemeinde mit dem großen historischen Erbe hatte schon mehrere solche gewichtige Gedenktage zu gestalten. Bis dahin waren zumeist zeitgenössische Künstlerinnen und Künstler engagiert worden, die die Bevölkerung weder einbezogen noch von dieser verstanden und geschätzt wurden. Diese empfand die Feierlichkeiten in der Regel als fremdbestimmt.

Bei ‚Allied Musical Forces' war zwar auch ein zeitgenössischer Komponist der Auftragnehmer, dieser thematisierte aber nicht nur das Kriegsende, sondern auch die Überwindung bestehender kultureller Gräben in der Gegenwart, welche sich in den verschiedenen Musikensembles der Gemeinde spiegelten: die Blasmusik, die lokale Rockband, der Kirchenchor, das Schlager-Duo usw. Indem alle diese zum Teil verfeindeten Gruppen gemeinsam nicht nur ein für sie alle fremdartiges Werk des Komponisten (sozusagen auf neutralem Boden), sondern auch ihre jeweils eigene Musik im Rahmen eines großen Friedenskonzerts interpretierten, stellten sie einerseits Bezüge zum Anlass (Kriegsende) als auch zu virulenten Fragen der Gegenwart in ihrer Gemeinde her. Sowohl die lange Probenarbeit als auch das Event selbst haben in der Gemeinde viele Brücken geschlagen und manches verändert. Praktisch die ganze Bevölkerung war aktiv beteiligt und erfuhr eine neue Form von Gemeinschaftlichkeit.[3]

In dem Beispiel wird einer der wichtigsten Aspekte von Events für die Regionalentwicklung deutlich: Gemeinschaftlichkeit und aktive Beteiligung, also der partizipative Ansatz. Die Entwicklung von Konzepten mit aktiver Beteiligung der Event-Teilnehmenden ist allerdings besonders anspruchsvoll und gelingt nur selten. Hier lohnt es, Expertinnen und Experten aus der Organsiations- oder Gruppenberatung hinzuzuziehen. Sollen die Besucherinnen und Besucher nämlich echte Partizipationsmöglichkeiten erhalten, müssen in der Planung Spielräume für eine Eigendynamik der Gruppe und für Unvorhergesehenes bedacht werden. Dies steht im Widerspruch zum Ideal lückenloser Planung und der Vermeidung jeder unerwarteten Entwicklung, dem viele Agenturen und Eventmanager folgen. Dabei wird dem Primat der Sicherheit das wichtigste Potenzial von Events geopfert.

In der Konzeption von aktiven Beteiligungsmöglichkeiten stellen sich Fragen wie: Welche Handlungsmöglichkeiten haben die Menschen, und welche Rollen und Aufgaben werden ihnen zugeteilt? Sind das attraktive und lohnende Angebote beziehungsweise Rollen oder beschränken sie sich zum Beispiel auf reines Konsumieren?

Der Aspekt der Partizipation reiht sich ein in ein ganzes Spektrum besonderer Qualitäten von Events, die in der Regionalentwicklung genutzt werden können:

- Subjektorientierung: Das Erlebnis im Mittelpunkt,
- ‚Liveness' und Präsenz,
- Einzigartigkeit: Die Antithese zum Alltäglichen,
- Ansprechen aller Sinne (Multisensualität),
- Thematische Fokussierung,
- Verfremdung und Kontextverschiebung,
- Inszenierung und Dramaturgie,
- Gemeinschaftlichkeit und aktive Beteiligung,
- Einbeziehung moderner Massenmedien.[4]

Um alle diese Qualitäten auf einfache Weise zu verbinden, schlage ich vor, Events als eine neue Form des Theaters zu verstehen. Im klassischen Theater bestehen Darstellerinnen und Darsteller auf der Bühne verschiedene Abenteuer und durchlaufen vor den Augen der Zuschauerinnen und Zuschauer persönliche Krisen und Wandlungen. Bei Events aber werden die Zuschauenden selbst zu Agierenden: SIE betreten selbst die Bühne, SIE bestehen Abenteuer, SIE durchlaufen persönliche Wandlungen, SIE handeln und lernen. Dies macht den speziellen Erlebnischarakter des Events aus und die eigene Erfahrbarkeit spiegelt sich in einer stärkeren Identifikation mit der Region wider. ■

[3] Vgl. für eine ausführliche Darstellung und Analyse Sigmund, Martin (2013): Komponieren für Events. Zur Rolle der Künste in der Eventkultur. Bielefeld. S. 194 ff.

[4] Vgl. ebd.

Zuhause in der Musik

“Musik eröffnet fremde Welten, sie schafft aber auch ein Gefühl von Heimat und Zugehörigkeit, weckt Erinnerungen. Das gemeinsame Erleben und Machen von Musik ist für viele Menschen ein elementarer Teil ihres Lebens. Rheinland-Pfalz empfinde ich mit seinen eindrucksvollen Konzertorten, den zahlreichen Veranstaltern und dem wunderbaren Publikum wie eine große, klingende Philharmonie. Mit der Villa Musica und unserer Akademie für Kammermusik verfolgen wir täglich das Ziel, die Neugierde auf Kammermusik im ganzen Land zu wecken und das Musikleben in Rheinland-Pfalz noch attraktiver zu machen. Dabei verbinden wir markante Orte wie Burgen und Schlösser oder ehemalige Synagogen mit dem Klang der Musik und schaffen damit neue Bezüge. Musik ist in Rheinland-Pfalz eine prägende Kraft.”



Prof. Alexander Hülshoff
Künstlerischer Leiter der Villa Musica und Vorstandsmitglied der ZIRP

Wein, Wandern und Kultur – einzigartige Gastlandlandschaften

Jasmin Koch
Projektmanagerin Wein- und Kulturtourismus, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Koblenz

Rheinland-Pfalz
TOURISMUS GMBH

Identität entsteht durch regionale Einzigartigkeit der Lebensart, der Landschaft, dem kulturellen Erbe und nicht zu vergessen der Kulinarik. Ein Dreiklang aus Wein, Wandern und historischen Sehenswürdigkeiten schafft dies in Rheinland-Pfalz.

Das Land der Reben

Sechs der dreizehn deutschen Weinanbaugebiete liegen in Rheinland-Pfalz. Der Weinbau färbt und formt hier das Landschaftsbild in allen sechs und doch hat er jeder Region auch ihr eigenes Gesicht gegeben. Bereits die Römer wussten die Lage zu schätzen und kultivierten im Ahrtal in jenen Tagen die ersten Rebstöcke. Heute gilt es als Rotweinparadies Deutschlands und wird als solches auch hochgeschätzt. In den Weinregionen Mosel sowie am Romantischen Rhein ist der Riesling das prägende Element. Klein aber fein präsentiert sich die Nahe. Auf engstem Raum ist die Bodenvielfalt so groß wie in keiner anderen Region und dies schlägt sich in eleganten, filigranen Weinen nieder. Das südlichste rheinland-pfälzische Anbaugebiet ist die Pfalz – und das spürt man überall. Feigen, Zitronen und Mandeln wachsen hier. Und auch dem Wein und den Menschen merkt man es an: Beide strahlen eine ganz besondere Lebensfreude aus. Rheinhessen ist das größte Weinanbaugebiet Deutschlands und präsentiert im architektonisch beeindruckenden Ambiente der Weingüter und Vinotheken klare, moderne und vielfältige Weine.

Führend bei Prädikatswanderwegen

Wandern gehört, ähnlich dem Wein, zur Identität und Kultur des Landes Rheinland-Pfalz. Flusstäler mit malerischen Weinbergen und tiefe Schluchten in artenreichen Mischwäldern von den Mittelgebirgen bieten eine Besonderheit die seinesgleichen sucht. Über Landesgrenzen hinweg wird Rheinland-Pfalz als Destination für zertifizierte Tagestouren als auch für Fernwanderwege mit spannender Vielfalt, Einkehrmöglichkeiten und Sehenswürdigkeiten wahrgenommen. Von Flensburg bis zur italienischen Stiefelspitze hin und zurück wandern – oder doch auf allen Prädikatswegen quer durch Rheinland-Pfalz? In Rheinland-Pfalz lassen sich seit Frühjahr 2014 mehr als 6.000 Kilometer und 167.000 Höhenmeter auf sogenannten Prädikatswanderwegen entlang der Flüsse und Bäche, über die Mittelgebirge und durch historische Orte erwandern. Was mit der Planung des Rheinsteigs im Jahr 2003 anfing, wurde mit der Eröffnung des 365 km langen Moselsteigs von Perl nach Koblenz und der vier ‚Hiwweltouren' in Rheinhessen abgerundet. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: In allen zehn touristischen Regionen wurden Prädikatswanderwege entwickelt, die einheitlich nach den landesweiten Kriterien markiert und beschildert wurden und ein Wegezertifikat tragen. Damit ist Rheinland-Pfalz als Bundesland führend im Angebot an Prädikatswanderwegen. Das kommt bei den Wandergästen gut an, wie Befragungen zeigen. Besonders beliebt sind bei Wanderern die Mittelgebirge – für Rheinland-Pfalz mit seinen drei Mittelgebirgsregionen Eifel, Hunsrück und Westerwald ideal.

Kulturelles Erbe trifft Gegenwartskultur

Die Kultur in Rheinland-Pfalz bildet den dritten Eckpunkt des Dreiklangs. Wer an Rheinland-Pfalz denkt, dem kommen Burgen, Schlösser, Sagen und Kulturveranstaltungen in den Sinn. Und tatsächlich gelten vier dieser Kulturstätten in Rheinland-Pfalz sogar als UNESCO-Welterbe: das Obere Mittelrheintal mit dem sagenumwobenen Loreley-Felsen und seinen malerischen Burgen und Schlössern, die römischen Bauten, der Dom und die Liebfrauenkirche in Trier, der Dom zu Speyer sowie der Obergermanisch-Rätische Limes. Die unendliche Vielfalt der Kultur wird nicht zuletzt von der Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz (GDKE) gefördert, erhalten, betreut und vom Kultursommer Rheinland-Pfalz aufgegriffen, der jährlich ca. 200 Kulturveranstaltungen in Rheinland-Pfalz initiiert.

Für die Identität von Rheinland-Pfalz sind Wein, Wandern und Kultur von unschätzbarer Wichtigkeit und untrennbar miteinander verwoben. Wandern verschmilzt mit Wein, wenn die Wanderwe-



ge durch artenreiche Mischwälder und Flusstäler mit malerischen Weinbergen führen oder ein Weinfest das Ziel der Wanderung darstellt. Des Weiteren verwundert es nicht, dass gerade in Rheinland-Pfalz, wo der Wein das Landschaftsbild und das Leben der Menschen entscheidend prägt, Anlass – oder zumindest wichtiger Aspekt – zahlreicher Veranstaltungen ist und sich wunderbar mit Kultur verbindet. Ein Beispiel ist das Mosel Musikfestival, bei dem Konzerte inmitten von Weinbergen stattfinden.

Im Herbst ist Hochsaison

Der Herbst bringt den sogenannten Dreiklang und die einhergehende Identitätsbildung zu voller Blüte. Der Sommerurlaub im Süden ist vorbei, das Wetter ist trocken, aber deutlich kühler und die Trauben an den Rebstöcken streben ihrer Reife entgegen – diese Zeit im Herbst bedeutet Hochsaison für Kurzurlaube, zum Wandern, für Weinfeste, für Federweißer und Kultur. Optimal also für die Gegebenheiten in Rheinland-Pfalz. Natürlich schlägt sich dies auch in der kulturtouristischen Vermarktung nieder. Viele Marketingmaßnahmen werden im Spätsommer umgesetzt, um die Weinfeste, Straußwirtschaften, Weinlese, den Federweißer und das Wandern durch die herrlich bunte Landschaft zu vermarkten. Die Möglichkeiten der Vermarktung sind vielfältig: Printartikel erscheinen im Spätsommer, Blogger berichten über die Weinlese und über Weinfeste, Reisen nach Rheinland-Pfalz werden verlost, Wander- und Weinbroschüren werden herausgegeben, neue Wanderwege vorgestellt und vieles mehr. Der Herbst bedeutet Hochsaison, um die Identitätsbildung und die Einzigartigkeit des Landes Rheinland-Pfalz immer weiter voranzutreiben und in den Vordergrund zu stellen. Eine Einzigartigkeit, die wir mit Stolz präsentieren.

Zielgruppenmarketing

Grundsätzlich war das Themenmarketing in Rheinland-Pfalz in den vergangenen Jahren durchweg positiv und ein sehr erfolgreiches Instrument. Darüber konnte ein strategisches Marketing aufgebaut und gezielt die Themen Wander-, Rad-, Wein- und Gesundheitstourismus verankert werden. Über diese Themen hinaus ist es für die Akteure im Tourismus jedoch auch wichtig, genau zu wissen und zu analysieren, welche Gäste zu diesen Themen passen und welche Relevanz diese Themen jeweils für ihre Reise haben, denn wer über seine Zielgruppen und deren Nutzungsverhalten genaue Kenntnisse hat, der weiß auch, wie diese zu bewerben sind.

Um die Frage der Zielgruppen zu beantworten, führte die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) auf Grundlage einer repräsentativen Marktforschung einen umfangreichen Zielgruppenpro-



Stein gewordenes Märchen: Die Burg Eltz in Wierschem.

zess durch. Als Ergebnis des Prozesses wurden fünf für Rheinland-Pfalz relevante Zielgruppen herausgearbeitet und näher hinsichtlich ihrer Werte und Einstellungen, ihrer Mediennutzung sowie ihres Buchungs- und Urlaubsverhaltens beschrieben.

Die Reiseanlässe und das Urlaubsverhalten der Zielgruppen bestätigen die Schwerpunktthemen der RPT der letzten Jahre. Ändern wird sich zukünftig die Ansprache der Zielgruppen sowie die Angebots- und Produktentwicklung, indem der Fokus der Maßnahmen auf ihren speziellen Bedürfnissen liegt. ■

Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT)

Die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) ist die touristische Marketingorganisation für das Land Rheinland-Pfalz. Der Marketingansatz der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH ist das themenorientierte Zielgruppenmarketing.
In der Ausgestaltung der Produktlinien sind Alleinstellungsmerkmale gegenüber den Mitbewerbern ein wesentliches Merkmal. Zur Kommunikation der Produktlinien bedient sich die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH der klassischen drei Säulen: Marketing, Vertrieb und Pressearbeit. Die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH arbeitet in der Umsetzung der Maßnahmen eng mit ihren Gesellschaftern, den touristischen Regionen, dem Hotel- und Gaststättenverband Rheinland-Pfalz sowie den Industrie- und Handelskammern zusammen.

Moderne Römerstadt: „Trier – Zentrum der Antike“

Dr. Anne Kurtze
ehem. Leiterin Museumsdidaktik und Marketing Rheinisches Landesmuseum Trier, Projektleiterin Karl Marx 2018 – Ausstellungsgesellschaft mbH

Museen und historische Denkmäler sind Ankerplätze der Regionalkultur und der identitären Selbstvergewisserung: Sie sind Orte des Authentischen, das meint in diesem Zusammenhang nicht mehr nur die Objekte in den Vitrinen, die sich einer Beliebigkeit und Vervielfältigung widersetzen, sondern steht hier ebenso für Regionalkultur wie eine gemeinsame Geschichte oder ein gemeinsamer Dialekt. Gerade Museen können diese Besonderheiten auf den Punkt bringen – anregend, spannend, anders. Ein natürlicher Verbündeter in diesem Anliegen ist das Tourismusmarketing. Hier ist es zwingend notwendig, sich auf regionale Alleinstellungsmerkmale zu konzentrieren. Anders als das in den Kulturinstitutionen oft gepflegte Vorurteil sagt, muss Marketing nicht eindimensional sein oder zur Verflachung führen. Museen und Tourismus müssen dafür auf Augenhöhe zusammenarbeiten. „Kultur ist der unverzichtbare ‚Stoff‘, aus dem mit Unterstützung von Stadt- und Tourismusmarketing begehrenswerte und einprägsame Stadtbilder geformt und kommuniziert werden.“[1] So formuliert Hartmut John in seiner Beschwörung der (fast) idealen Allianz von Museen und Tourismus diesen Zusammenhang.

Designaward fürs Geschichte-Erzählen

Sammeln und Bewahren, Erhalten und Vermitteln sind bekanntlich die Aufgaben der Museen. So gehört es untrennbar zu den Aufgaben des Museums, Geschichte immer wieder anhand neuer Ansätze und eben ganz konkreter Objekte neu zu erzählen – für die regionale Image- und Identitätsbildung ist dies grundlegend. Diese Erzählungen werden in der Struktur der Museen auf unterschiedlichste Weise vorgenommen, von Fachpublikationen über Sonderausstellungen und Events bis hin zu Führungen mit Migrantinnen und Migranten oder Vorschulkindern. Das Inventar des Museums und letztendlich der Stadt wird so zum Sprechen gebracht, zum Leben erweckt. Dieses Ziel setzt sich natürlich auch das Rheinische Landesmuseum Trier. Der Rundgang durch die Geschichte der Menschen in der Region von der Steinzeit bis in die Neuzeit wurde 2009 und 2011 aufwendig aufbereitet und gestaltet, schließlich auch mit dem ‚red dot – best of the best‘ Designaward ausgezeichnet. Der Schwerpunkt dieser Präsentation liegt, der besonderen Geschichte der Stadt Trier entsprechend, auf der römischen Epoche. In diesem Setting finden zahlreiche Veranstaltungen statt, die sich immer mit der regionalen Geschichte beschäftigen, aber selten mit dem erhobenen Zeigefinger daherkommen. Vielmehr möchte das Museum auch Ort der Kommunikation und Begegnung sein, eben ein festes, bedeutsames kulturelles Zentrum in der Stadt und der Region. Anziehungspunkt auch für überregionale Gäste sind große Sonderausstellungen zu den Themen Archäologie und Kulturgeschichte oder neue Ansätze der zeitgemäßen Museumsvermittlung wie die Media-Show ‚Im Reich der Schatten‘.

Bezogen auf die Regionalität ist das Rheinische Landesmuseum Trier noch mit einer weiteren Besonderheit ausgestattet: Sämtliche Ausstellungsstücke stammen tatsächlich ganz wortwörtlich aus der Region, denn als ‚grabendes Museum‘ mit der Außenstelle der Landesarchäologie ist es für alle archäologischen Ausgrabungen des Umkreises verantwortlich. Trier war in der römischen Antike die größte Stadt nördlich der Alpen und in spätrömischer Zeit Kaiserresidenz. Noch heute prägen römische Bauten wie die Porta Nigra als das Wahrzeichen Triers oder die Kaiserthermen das Stadtbild. Diese sehr ungewöhnliche regionale Vergangenheit ist ein großer Identifikationsfaktor. Das Bild dieser Alleinstellung wirkt nicht nur nach innen, sondern auch nach außen: Trier ist stolz auf seine römische Geschichte, beispielweise auf den Titel der ‚ältesten Stadt Deutschlands‘ und auf seine ‚Porta‘. Keine andere Stadt nördlich der Alpen hat dieses Flair eines römischen Freilichtmuseums und diese historische Bedeutung in der römischen Antike. Bereits 1986, nun also seit 30 Jahren, tragen die römischen Baudenkmäler, zusammen mit dem Trierer Dom und der Liebfrauenkirche, den Titel als UNESCO-Welterbe.

Dieses einzigartige Ensemble der römischen Geschichte zieht selbstverständlich auch Touristen

[1] John, Hartmut (2010): Museen und Tourismus – Partner einer (fast) idealen Allianz. In: John, Hartmut/Schild, Hans-Helmut/Hieke, Katrin (Hrsg.), im Auftrag des Landschaftsverbandes Rheinland: Museen und Tourismus. Wie man Tourismusmarketing wirkungsvoll in die Museumsarbeit integriert. Ein Handbuch. Bielefeld 2010, S. 9-50, S. 48.

an. Zwischen 3,6 und 5 Millionen touristische Tagesgäste besuchen Trier jährlich. 72 Prozent der Gäste in Trier geben an, dass die römischen Gebäude die Hauptattraktion der Stadt sind, 44 Prozent der Gäste bezeichnen ihre Reise als Städtereise und 39 Prozent als Kulturreise.[2] Das römische Trier ist damit unweigerlich ein Wirtschaftsfaktor in einer Region, die ohnehin stark vom Tourismus profitiert. Aber auch in dieser Konstellation dürfen Attraktionen wie die römischen Bauten oder das Landesmuseum nicht auf ihre reine Präsenz vertrauen, sondern müssen sich selbst zeitgemäß in Szene setzen und kontinuierlich ihre Attraktivität steigern. Besucherorientierte Angebote und eine angemessene Ansprache potenzieller Gäste müssen zusammenkommen, um für Geschichte zu begeistern – seien es auswärtige Touristen oder Einheimische.

Zentrum der Antike in modernem Gewand

Seit die Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz im Jahr 2007 als Dachverband für die historischen Denkmäler, das museale Landeserbe, Denkmalpflege und Archäologie gegründet wurde, stehen in Trier Landesmuseum, Porta Nigra, Amphitheater, Kaiser- und Barbarathermen sowie die Thermen am Viehmarkt und die Igeler Säule unter derselben Verwaltung. In den vergangenen Jahren wurde das so zusammengefasste römische Erbe von Trier unter der Marke ‚Trier – Zentrum der Antike' zunehmend touristisch beworben.[3] Eine mehrsprachige Website zum römischen Trier, Informationsbroschüren und ein innerstädtisches Leitsystem sind nur einige der entwickelten Werbemaßnahmen. Auch wurden neue Angebote für Besucherinnen und Besucher umgesetzt. Porta Nigra und Kaiserthermen erhielten Informationsbereiche und Mediaguides, zum Gang über das Gelände Barbarathermen lädt nun ein neuer Besuchersteg ein. Das Rheinische Landesmuseum nimmt in diesem Miteinander der römischen Stätten einen besonderen Platz ein. Mit der Ausrichtung von großen, überregional ausstrahlenden Sonderausstellungen wie 2007 ‚Konstantin der Große' oder 2016 ‚Nero – Kaiser, Künstler und Tyrann' bietet es An-

[2] Vgl. Stadt Trier (Hrsg.) (2012): Endbericht Gästebefragung Trier 2011/2012. Persönliche Befragung in Trier, S. 52.

[3] Vgl. Kurtze, Anne (2015): Kulturmarketing als Schnittstelle zwischen Denkmalpflege und Tourismus. Die touristische Marke ‚Trier – Zentrum der Antike'. In: Landeshauptstadt Dresden (Hrsg.): In guter Gesellschaft? Die Rolle der Denkmalpflege in Stadtmarketing und Tourismus. Konferenzband zur Fachtagung des Amtes für Kultur und Denkmalschutz der Landeshauptstadt Dresden, S. 42-49.



Im Rheinischen Landesmuseum Trier wird auch die ‚Gründungsurkunde der Stadt' gezeigt: Ein Eichenpfahl, der 17 v. Chr. in der ersten römischen Brücke über die Mosel verbaut wurde.

lässe, Trier zu besuchen. Kulturtouristen aus dem ganzen Bundesgebiet und darüber hinaus planen ihre Reise jedoch nicht nur zum Landesmuseum bzw. zu den Trierer Museen, sondern ins römische Trier. Dabei ist die Besichtigung des römischen Erbes nicht nur Kulisse, sondern gleichberechtigter Programmpunkt der Kulturreise. Die überregionale Bewerbung der Ausstellungen und des römischen Erbes unter der Marke ‚Trier – Zentrum der Antike' geschieht dabei mit Unterstützung und in enger Zusammenarbeit mit dem touristischen Stadtmarketing, aber unter der Regie und mit Mitteln des Landesmuseums und der Generaldirektion Kulturelles Erbe. Hier zeigt sich Kultur also nicht nur als aktiver Zugewinnfaktor für die Tourismuswirtschaft, sondern auch als deren Akteur.

Umgekehrt, und um schließlich den Blick wieder auf die Stadt Trier zu lenken, bestätigt die überregionale Aufmerksamkeit natürlich den regionalen Stolz auf das einzigartige historische Erbe. Das Rheinische Landesmuseum Trier tritt als Vermittler regionaler Identität also in einer doppelten Rolle auf: In Stadt und Region als manifester und affirmierender Ort der besonderen Geschichte Triers, und überregional als ihr Botschafter. Der Zusammenschluss der Römerbauten und des Museums unter der touristischen Marke ‚Trier – Zentrum der Antike' bietet die Möglichkeit, ein wirkungsvolles Bild von Trier als moderner, attraktiver Römerstadt zu zeichnen, das weit über die Region hinaus ausstrahlt. ■

Rheinisches Landesmuseum Trier

Das Rheinische Landesmuseum Trier ist eines der bedeutendsten archäologischen Museen in Mitteleuropa. Vor allem die Exponate der Römerzeit sind das Herzstück des Hauses, das unter anderem die größte Sammlung römischer Mosaike nördlich der Alpen und den größten erhaltenen römischen Goldschatz der Welt besitzt. Die Ausstellungsstücke stammen aus Ausgrabungen, die das Museum als Außenstelle der Landesarchäologie Rheinland-Pfalz selbst betreibt. Gemeinsam mit den antiken Bauten Porta Nigra, Kaiserthermen, Amphitheater, Barbarathermen und den Thermen am Viehmarkt, alle unter dem Dach der Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz (GDKE), bildet das Museum den Zusammenschluss ‚Trier – Zentrum der Antike'.
Weitere Informationen:
www.landesmuseum-trier.de, www.zentrum-der-antike.de, www.gdke-rlp.de

Kulturelle Leuchttürme – Festivals in Rheinland-Pfalz

„Alle entscheidenden menschlichen Handlungen sind Übertreibungen."
Peter Sloterdijk

Prof. Dr. Jürgen Hardeck
Referatsgruppenleiter im MWWK und Geschäftsführer des Kultursommer Rheinland-Pfalz

Ein Festival sollte etwas Besonderes und Außeralltägliches sein. Zu einem besonderen Anlass etwa, wie einer Hochzeit oder einem Geburtstag; in Erinnerung an eine bedeutende Persönlichkeit oder eine besondere Zeit im Jahr, die einem Thema gewidmet ist – so wie wir es vielleicht noch von der Struktur des Kirchenjahres kennen, wo aber das ursprüngliche Thema oft nur noch eine bestimmte Zielgruppe interessiert. So war es zumindest bei den ersten Festspielen und Festwochen, zum Beispiel in Bayreuth oder Salzburg. Vielleicht gibt es auch einen besonders markanten Ort (eine ‚location', wie man heute sagt), die die Menschen anlockt, wie der Naturfelsen in Bad Segeberg, die Stiftsruine Bad Hersfeld oder die Seebühne in Bregenz, um open-air einen schönen Sommerabend zu erleben.

KULTUR SOMMER RHEINLAND PFALZ

Die ältesten, heute noch bestehenden Sommerfestivals in Rheinland-Pfalz sind die ‚Dahner Sommerspiele', 1963 open-air an so einer ‚location' im Felsenland begonnen. Es folgten: das ‚Folkfestival Ingelheim' an der Burgkirche (seit 1972) und das Mainzer ‚Open Ohr Festival' auf der Zitadelle (seit 1975). Der Gründungs-Impuls dieser beiden kam von den legendären Waldeck Folklore- und Liedermacherfestivals 1964-69 im Hunsrück, die es seit 2004 zu Pfingsten erfreulicherweise wieder gibt. Es sind also ursprünglich Jugendfestivals mit ein wenig Hippie-Atmosphäre und politischem Hintergrund. 1980 begannen – aus einem Stadtjubiläum heraus, was auch immer ein guter Grund für ein neues Festival ist – die bis heute sehr beliebten ‚Burgfestspiele Mayen'. 1981 startete das ‚Lahnsteiner Bluesfestival' des damaligen Regionalsenders SWF (heute SWR), ein kleines, aber feines Zielgruppenfestival, das alle Krisen überstand und auch nach dem Ausstieg des Senders von der Lahnsteiner Musikszene und SWR-Redakteuren (mit Hilfe des Kultursommers Rheinland-Pfalz) bis heute erfolgreich weitergeführt wird. Andere, wie zum Beispiel das ‚Internationale Theaterfestival Hambach' (seit 1984) und das ‚Jacques Offenbach-Festival' in Bad Ems (ab 1991), gibt es heute nicht mehr. Das ist einerseits bedauerlich, doch häufig ist stattdessen etwas Neues an die Stelle getreten, wie das reichhaltige Programmangebot auf dem Hambacher Schloss und, seit 2012, das Festival ‚Gegen den Strom' an der Lahn.

Angebot heute größer denn je!

Ende der achtziger und Anfang der neunziger Jahre (Stichwort ‚Erlebnisgesellschaft') gab es plötzlich eine große Welle von neuen Festivals – auch in unserem Land. Waren es bislang eine Hand voll, die von den Kommunen veranstaltet wurden, so wurden daraus innerhalb weniger Jahre rund 80 in Rheinland-Pfalz. Gab es bislang etwa drei Dutzend der freien Szene, wurden daraus bald rund 160 kleinere und größere Festivals und festivalähnliche Ereignisse. Dazu kamen erfolgreiche kommerzielle Festivals wie ‚Rock am Ring' (ab 1985) in der Eifel und ‚Nature One' (ab 1995) im Hunsrück, wo Zehntausende kommen konnten und man niemanden störte.

Der ab 1991 regierenden sozialdemokratischen Landesregierung war es immer wichtig, dass nicht nur die städtischen Oberzentren kulturell attraktiv sind – wo es beispielsweise Theater und Orchester, Museen und Bibliotheken gibt (die übrigens zusätzlich zur städtischen Finanzierung bis zu 50 Prozent auch vom Land gefördert werden, damit sie ihrer Aufgabe überzeugend nachkommen können). Auch der ländliche Raum soll eine Vielfalt von qualitätsvollen Kulturangeboten vorweisen können. Sehr viele Kommunen, Einrichtungen und Initiativen – und natürlich die freie Kulturszene – wurden und werden seither vom Land in ihrer wichtigen kulturellen Arbeit in

den Städten und in den Regionen unterstützt. Dadurch konnten sich nicht nur neue Festivals etablieren, sondern auch schon vorhandene, wie die seit 1985 bestehenden ‚Moselfestwochen' (heute: Mosel Musikfestival) und das 1992 grenzüberschreitend in der Region Saar-Pfalz-Pays de Bitche gestartete ‚Euroclassic', zu den ersten beiden großen Regionalfestival des Landes entwickeln. Aber auch die Oberzentren entdeckten, dass sie ihre Attraktivität durch zusätzliche Festivals noch steigern konnten, und so entstanden auch in Mainz, Koblenz, Trier, Kaiserlautern und Ludwigshafen neue publikumswirksame und imageträchtige Sommerereignisse.

25 Jahre später stehen wir daher in weiten Teilen des Landes wirklich nicht schlecht da, was Qualität und Umfang sowie Erreichbarkeit von kulturellen Angeboten anbelangt. So viele kulturelle Sommer-Angebote wie heute gab es nie zuvor! Teilweise war schon eine ‚Festivalitis' zu befürchten, bei der man sich durch ein Überangebot gegenseitig das Publikum ‚abjagt'. Einige Veranstalter haben darauf reagiert und gingen aus einem jährlichen in einen zweijährigen oder dreijährigen Turnus. Eine vernünftige Entscheidung. Um etwas Besonderes zu bleiben, muss man sich ein wenig rarmachen.

Festivals als Chance für den ländlichen Raum

Mittlerweile haben wir in fast allen ländlich geprägten Regionen des Landes Festivals, die gut funktionieren. Das sind Netzwerke mit bis zu drei Dutzend Partnern, die Veranstaltungen organisieren, die ganze Region umfassen und damit weit über die kommunalen Grenzen reichen. Ich nenne beispielhaft, neben den bereits erwähnten ‚Mosel Musikfestival' und ‚Euroclassic', das Festival ‚Rheinvokal' und das ‚MittelrheinMusikfestival', das ‚Eifel Literaturfestival' und das ‚Eifel Kulturfestival', das Festival ‚Gegen den Strom' an der Lahn, die ‚Westerwälder Literaturtage' und die ‚Musik in Alten Dorfkirchen' sowie ‚Palatia Jazz' und die ‚Via Mediaeval' in der Pfalz. Ob organisatorisch und programmatisch zentral gesteuert oder als Kooperationsmodell gleichberechtigter Partner: Regionalfestivals sind eine große Chance für den ländlichen Raum, um ein hochwertiges Angebot auch in kleineren Orten erfolgreich zu verwirklichen. Darüber hinaus gibt es in vielen Mittelzentren des Landes zum Teil ausgezeichnete Festival-Angebote, wie zum Beispiel das ‚Spiegelzeltfestival' und das Straßentheaterfestival ‚Asphaltvisionen' in Altenkirchen, die ‚Jazztage' und der ‚Theatersommer Idar-Oberstein', den ‚Kulturbeutel' und die ‚Internationalen Musiktage im Dom' in Speyer.

Wir haben sogar einige kommerzielle Festivals im Land, die jedes Jahr zehntausende von Besuchern aus ganz Deutschland anziehen. Die quantitativ erfolgreichsten sind die schon genannten ‚Rock am Ring' und ‚Nature One'. Auch die Loreleykonzerte zählen dazu, wenn man sie zusammennimmt. Alle liegen übrigens in strukturschwachen Gebieten und sind deshalb besonders wichtig. Aber auch die mit öffentlichen Mitteln geförderten Veranstaltungen sind inhaltlich gut und gleichzeitig beim Publikum sehr erfolgreich. Sie bringen Menschen an die jeweiligen Veranstaltungsorte, wodurch andere vor Ort dann auch wieder Geld verdienen. Zum Beispiel ist das ‚Festival des Deutschen Films' in Ludwigshafen, mit über 100.000 Gästen nach der Berlinale das zweitbesucherstärkste Filmfestival in Deutschland. ‚Summer in the City' in Mainz ist mit weit über 50.000 Besucherinnen und Besuchern das größte Festival der populären Musik im Rhein-Main-Gebiet, die ‚Burgfestspiele Mayen' sind mit über 30.000 Menschen jährlich das besucherstärkste Theaterfestival des Landes, die ‚Nibelungenfestspiele' als bundesweites Highlight und ‚Jazz and Joy' in Worms werden jeweils von 20.000 Gästen besucht.

Manche dieser sogenannten Leuchtturm-Projekte sind zunächst vielleicht vor allem gut fürs Image und für die Lebensqualität der Einheimischen und wirken erst im Laufe der Zeit auch ökonomisch. Oft bringt aber das Kleine und

Kultursommer Rheinland-Pfalz

Der Kultursommer Rheinland-Pfalz ist ein seit 25 Jahren erfolgreiches kulturpolitisches Konzept der Landesregierung. Er ist Dienstleister für die Kulturszene des Landes und bildet gleichzeitig die Dachmarke über die über 200 Sommerfestivals, Kunstaktionen und -ausstellungen, die unter dieser veranstaltet und vom Land Rheinland-Pfalz gefördert werden. Dafür stellen die Landesregierung und die Stiftung Rheinland-Pfalz für Kultur jährlich rund 4 Millionen Euro zur Verfügung. Weitere Informationen: www.kultursommer.de

Feine, das atmosphärisch Starke und das Nachhaltige viel – auch ohne den Aufwand, den große Festivals nun einmal benötigen. Beispiele sind die ‚Kunsttage Winningen' an der Mosel oder das ‚Hambacher Musikfest' des Mandelring Quartetts in und um Neustadt an der Weinstraße.

Ich zitiere gern und zustimmend den Kulturjournalisten Andreas Pecht: „Kunst und Kultur sollen, wollen in erster Linie zur Emanzipation des Menschen von den Zwängen des alltäglichen Räderwerks beitragen. […] Selbst wenn die Kunst keinen einzigen Euro zum wirtschaftlichen Wohl und Wehe des Landes beitragen würde, bliebe sie doch eine der wichtigsten Kategorien des Menschlichen."[1] Und doch wäre es naiv zu glauben, dass das alles möglich gemacht würde, wenn sich Kultur nicht auch ökonomisch auszahlen würde. Aber sie zahlt sich ja aus! „Kultur bringt Wohlstand" fasste am 10. März 2015 die Überschrift eines Artikels auf sueddeutsche.de die Ergebnisse einer Ifo-Studie zusammen.[2] Laut der Untersuchung wirken sich Ausgaben für Kultureinrichtungen positiv auf die Einkommen in der Region aus. „Kultureinrichtungen ziehen mehr hochqualifizierte Mitarbeiter an, und deren höheres Einkommen strahlt auf die gesamte regionale Wirtschaft ab", erklärt Oliver Falck, Leiter des Ifo-Zentrums für Industrieökonomik und neue Technologien.[3] Kein Wunder, dass Unternehmen viel Geld für Kultur ausgeben und gerne auch die Festivals in der Region unterstützen.

Alleinstellungsmerkmal vermarkten

Für einige Regionen des Landes ist der Kulturtourismus von erheblicher wirtschaftlicher Bedeutung. Als Kulturreiseziel nimmt Deutschland nach einer Untersuchung der International Tourism Consulting nämlich Platz eins in Europa ein. Um hier eine Chance zu haben, kommt es darauf an, für die Gäste das Authentische einer Region qualitativ hochwertig erlebbar zu machen und an der einen oder anderen Stelle durchaus auch Mythen und Fiktionen zu nutzen. Das gilt zum Beispiel für Worms mit dem Nibelungenthema oder für die Eifel, die sich – neben dem Alleinstellungsmerkmal durch die Vulkane – zu Deutschlands Krimilandschaft Nummer eins gemausert hat und einige TV-Produktionen anlocken konnte. Das Krimifestival ‚Tatort Eifel' und die ‚Eifel Literaturtage' haben daran einen wesentlichen Anteil.

Es hat sich gezeigt, dass es für die Durchführung der Festivals stets einzelne bzw. kleine Gruppen sehr motivierter Menschen geben muss, die nicht nur eine gute Idee haben, sondern auch eine hohe Einsatzbereitschaft und einen langen Atem. Sie brauchen aber auch Unterstützer – die öffentliche Hand ebenso wie die Wirtschaft. Ohne die Unterstützung aus der Wirtschaft für die einzelnen Initiativen und Projekte geht es nicht. Die Wirtschaft gibt damit etwas zurück an die Menschen – aber sie empfängt auch etwas dafür. Nicht immer unmittelbare Dankbarkeit oder Verbundenheit mit dem Unternehmen und dem Produkt, sondern vor allem ein Umfeld, in dem man erfolgreich wirtschaftlich tätig sein kann.

Festivals sind echte Höhepunkte im Jahresablauf – wenn man sie richtig macht! Ihre emotionale Qualität ist sehr hoch und sie können sehr viel: den Horizont erweitern, Bildung vermitteln, neue Anstöße geben, Treffpunkte und Kommunikationsplattformen sein, Menschen froh und selbstbewusster und heimatverbundener machen. Ihr Charakter hat sich jedoch stark gewandelt. Waren es früher vornehmlich Festivals der sogenannten Hochkultur und einer Kunstsparte (klassische Musik, Jazz, Sprechtheater, etc.) oder eben der sogenannten Subkultur, haben viele sich in den letzten Jahren sehr gewandelt und sind viel offener geworden, mischen Hochkultur und populäre Kultur. Sie sind zum einen ‚volkstümlicher', weil die bildungsbürgerliche Schicht einfach zu klein ist, um allein auf sie bauen zu können. Zum anderen war aber der starke Trend zur ‚Eventisierung', den wir erlebt haben, zugleich ein Trend hin zu neuen hochemotionalen Gemeinschaftserlebnissen – und dafür ist die eher elitäre Hochkultur nur sehr bedingt zu gebrauchen.

Man kann es aber auch übertreiben mit den Events. Dann wenden sich diejenigen ab, denen der Rummel zu viel wird. Sie suchen dann vielleicht das leise, intime Erfahrungsfestival, wo sie Körper, Geist und Seele zufriedenstellen können. Hachenburg im Westerwald probiert gerade, ein ‚Festival der Spiritualität' zu etablieren. Ein spannender Versuch!

Ob aber nun klein und still oder groß und laut: Peter Sloterdijk hat meiner Einschätzung nach Recht mit seinem Hinweis, den ich eingangs zitierte. Was wäre das Leben ohne solche Übertreibungen, zu denen auch die Festivals zählen? ■

[1] Pecht, Andreas (2011): Wahre Kunst und Ware Kunst. URL: www.pecht.info/texte/2015/20150313.html [13.02.2017].

[2] Vgl. Schulz, Jakob (2015): Kultur bringt Wohlstand. URL: www.sueddeutsche.de/wirtschaft/ergebnis-einer-ifo-studie-kultur-bringt-wohlstand-1.2386700 [13.02.2017].

[3] Ebd.

Geschichte, Sagen, Glaube, Klang – Wormser Kulturprofile

Im Gespräch mit Volker Gallé, Kulturkoordinator der Stadt Worms, und David Maier, Künstlerischer Leiter des Festivals ‚Jazz and Joy'

Worms als eine der ältesten Städte Deutschlands hat ein reiches politisches und kulturgesellschaftliches Erbe: Kelten und Römer hinterließen hier ihre Spuren, Martin Luther verteidigte seine Schriften vor dem Wormser Reichstag und das sagenumwobene Nibelungenlied hatte in Worms seinen Hauptschauplatz. Worms hat heute eine überaus lebendige Kulturszene und lockt über Festivals und Events zahlreiche Besucher in die Stadt. Über die Verbindung von kulturellem Erbe und gegenwärtiger Kulturszene und die Entwicklung eines einzigartigen städtischen Profils durch Kultur haben wir mit dem Kulturkoordinator der Stadt, Volker Gallé, und David Maier, dem Künstlerischen Leiter des Festivals ‚Jazz and Joy', gesprochen.

ZIRP: In einem Satz: Wofür steht Worms?

Volker Gallé: Worms steht für die Vergegenwärtigung einer 2.000 Jahre alten Geschichte.

Welche Bedeutung nimmt Kultur in dieser Geschichte ein?

Gallé: Worms ist keine klassische touristische Destination, sondern eine Industrie- und Arbeiterstadt. Sie war immer freie und Reichsstadt und hat das auch über die Jahrhunderte verteidigt. Sie war nie Zentrum einer Region, es gibt hier weder überregionale Institutionen, noch Behörden der Landesregierung. Somit hat Kultur schon immer einen gewissen Stellenwert gehabt, aber eben als bürgerliche Kultur in einer Industriestadt, da finanzielle Mittel immer begrenzt waren. Wollte die Bürgerschaft Kulturstätten, musste sie diese selbst finanzieren. So ist auch das Wormser Theater im Jahr 1888 entstanden. In den 1990er Jahren musste sich Worms überlegen, wie es sich nach dem Wegfall der Industrie weiterentwickeln möchte. Somit ist in Worms der Kulturbegriff unter Stadtentwicklungs- und ökonomischen Aspekten verortet. Es geht dabei natürlich auch um kulturelle Aspekte, um Erbepflege und Identität. Die Stadt hat also verschiedene Kulturprofile gebildet: Nibelungen, Dom, Luther und Reformation, jüdisches Worms. Mit diesen Themen müssen und wollen wir uns profilieren, sowohl im touristischen Bereich als auch in der regionalen Kooperation. Früher haben die Wormser gesagt, wir liegen überall dazwischen, keiner guckt auf uns. Seit den 1990er Jahren sagen wir, wir liegen nicht dazwischen, wir liegen mittendrin und wir müssen unsere Fühler in alle Regionen ausstrecken und überall mitmischen: in Rheinhessen, in Rhein-Neckar, in Rhein-Main.

Wie schaffen Sie es, dabei ein eigenes städtisches Profil zu bewahren?

Gallé: Innerhalb von Kooperationen können wir nachhaltig mitarbeiten und bestehen, weil unsere Alleinstellungsmerkmale trotzdem deutlich werden und bleiben. So vermarkten wir beispielsweise das Profil Nibelungen, das Alleinstellungsmerkmal schlechthin für Worms, bundesweit. Bei den anderen Profilen – Dom, Luther, SCHUM – sind wir jedes Mal ‚nur' Teil eines bedeutsamen Kulturerbes.

Finden sich die Wormserinnen und Wormser in diesen Profilen wieder? Sind sie identitätsstiftend?

Gallé: Die Kulturprofile entfalten ihre Wirkung natürlich nicht nur nach außen, sondern sind auch den Bürgerinnen und Bürgern vor Ort ein Anliegen und werden von ihnen mitgetragen. So gibt es zum Beispiel die Freunde der Nibelungen-Festspiele, die Nibelungenlied-Gesellschaft, das Nibelungenmuseum mit seiner Vernetzung zum Mittelalterspektakel mit 24.000 Besucherinnen und Besuchern. Natürlich gibt es auch Menschen, die sich nicht für Themen des kulturellen Erbes interessieren, wie sie in den Profilen vertreten sind, sondern eher für zeitgenössische Kunst oder Musik.

Gutes Stichwort: Herr Maier, bekommt Worms durch das Festival ‚Jazz and Joy' ein weiteres Profil?

David Maier: Nein, Worms ist keine Jazzstadt, dafür sind wir ganzjährig einfach nicht gut genug aufgestellt. Ich denke, als Kulturschaffender und Kulturtreibender bewege ich mich sozusagen zwischen und unterhalb der von Herrn Gallé beschriebenen kulturellen Profile. Und trotzdem sind ‚Jazz and Joy' und die anderen Veranstaltungsreihen ein ganz wichtiger Bestandteil des breiten kulturellen Angebots. Ohne die kulturellen Profile in Frage zu stellen, die ja gerade für die Außenwahrnehmung sehr, sehr wichtig sind, glaube ich, dass für die eigene bürgerliche identitätsstiftende Wirkung diese Profile eher von sekundärer Bedeutung sind. Natürlich wächst jede Wormserin und jeder Wormser mit der Nibelungen-Sage auf, aber die Menschen haben auch noch andere Interessen. Das mag dann Jazz sein, das kann aber auch etwas anderes sein. Was die Wirkung nach innen betrifft, sind solche Angebote mindestens genauso wichtig für die Wormserinnen und Wormser wie etwa die Nibelungen.

Gallé: Wir haben in Worms auch eine Jazzinitiative BlueNites e. V. die regelmäßige Jazzveranstaltungen organisiert. In diesem Zusammenhang können Sie davon ausgehen, dass es in Worms und Umgebung ein Jazz-Publikum von etwa 80 bis 150 Menschen gibt. Beim ‚Jazz and Joy' haben Sie dann ein reines Jazz-Publikum von ungefähr 400 bis 500 Menschen, die auch von weiter entfernt anreisen – das ‚Joy' im Titel zeigt ja nicht umsonst an, dass hier ganz viele verschiedene Musikstile vertreten sind. Außerdem gibt es den Jazzpreis der Stadt Worms, den wir alle zwei Jahre vergeben und der gerade für den Nachwuchs sehr interessant ist. Mittlerweile gehört er sogar zu den zehn bedeutendsten Jazzpreisen Deutschlands. Dementsprechend gibt es natürlich Jazz-Anteile in der Stadt, aber das ist insgesamt und auch auf das Festival betrachtet nur eine Farbe von vielen. Durch eine Profilierung werden alle Veranstaltungen bewertet, um sie dann zweckerfüllend ausstatten zu können. Denn ein Mix ist für eine Stadt sehr wichtig, da es unterschiedliche Zielgruppen gibt, die alle bedient werden sollten. Aber sie können natürlich nicht alle gleich bedienen.

David Maier
Künstlerischer Leiter des Festivals ‚Jazz and Joy'



Werden konkrete Wünsche nach Veranstaltungen direkt an Sie herangetragen?

Gallé: Kulturangebote entwickeln sich nicht einfach aus Wünschen. Der Publikumswunsch und die Anregung sind ein Element. Ein anderes Element ist, dass es jemanden gibt, der etwas anbietet, jemand der ein Konzept, eine Idee hat und etwas einbringt. Das ist auch ein künstlerischer Ansatz. Und je kleiner die Zielgruppe ist, desto wichtiger ist dieser künstlerische Input. Aber es ist natürlich ein dialogischer Prozess. Vor ein paar Jahren haben wir in Worms eine Umfrage gemacht: Wie werden die einzelnen Kulturangebote genutzt und bewertet? Dabei kam heraus, dass die Stadtführungen, rein von der Frequenz her, das beliebteste Angebot waren. Ein Grund dafür ist, dass diese sehr niedrigschwellig, für Jedermann geeignet, ganzjährig umsetzbar und ständig wiederholbar sind. Alle anderen Angebote sind eher spartenorientiert. Deshalb ist es eben auch so wichtig, ein vielfältiges Sortiment zu haben und die jeweiligen Angebote zielgruppenorientiert anzubieten.

Maier: Ich erlebe es schon, dass es da einige Wünsche gibt, gerade im Bereich Popkultur, Subkultur, Jugendkultur. Da gibt es einen Bedarf, der geäußert wird und dem ich auch versuche nachzukommen, genau wie die Stadt. Allerdings muss man auch sagen, der ausgesprochene Wunsch, dass etwas passieren und angeboten werden soll, bedeutet im nächsten Schritt nicht, dass ein Angebot auch dementsprechend angenommen wird, wenn es verwirklicht wird.

Haben Sie eine Erklärung für diese Diskrepanz?

Maier: Es ist nun einmal so, dass der Anteil an der Bevölkerung, der Kultur tatsächlich aktiv nutzt, ein sehr, sehr geringer ist. Wir sprechen hier von etwa sechs bis acht Prozent. Zudem steht der Kulturbereich in einer besonders starken Konkurrenzsituation mit der enormen Vielfalt anderer Freizeit- und Kulturangebote.

Wie ist denn Ihr Eindruck, sind die Wormserinnen und Wormser kulturbegeisterter als andere?

Maier: Ich würde nicht sagen, dass sie kulturbegeisterter sind. Die Wormserinnen und Wormser haben aber, auch in Anlehnung an ihre Unabhängigkeitsbestrebungen in der Geschichte, ihren eigenen Kopf und sind recht kritisch. Dabei geht es ihnen allerdings in erster Linie darum, Verbesserungen in ihrer Stadt anzustoßen. Ich würde aber schon sagen, dass sie sich immer mehr bewusst werden, dass sie in einer Kulturstadt leben.

Wie entsteht Ihrer Meinung nach regionale Identität?

Maier: Zwar können Identitäten kulturhistorisch auf etwas zurückgeführt werden, aber im Grunde prägen sie sich im ganz alltäglichen Umgang miteinander, in dem, wie wir uns in einer Stadt begegnen. Das schafft etwas, im besten Fall eine positive Verbindung zu dem Umfeld, in dem man sich bewegt.

Herr Maier, Sie haben gesagt, die Wormserinnen und Wormser seien kritisch und wollen, dass ihre Stadt sich weiterentwickelt und verbessert wird. Diesen Gedanken haben Sie auch mit dem Workshop ‚City of what?' im Rahmen des im September 2016 veranstalteten Pop-Up-Festivals aufgegriffen. Was steckt genau dahinter?

Maier: Bei dem Pop-Up-Festival werden leere Räume in der Innenstadt bespielt, um so auf Leerstand aufmerksam zu machen und junge Leute durch ein niedrigschwelliges Programm zu begeistern. Niedrigschwellig meint hier: kostenfreier Eintritt und ungewohnte Locations. Zudem ist das Ganze sehr stark ideell aufgeladen. Der Integrationsgedanke wird gelebt, indem beispielsweise geflüchtete Menschen in die Kulturarbeit einbezogen werden. Ziel ist es, Antworten auf die Frage ‚Was bewegt die jungen Menschen in der Stadt?' zu bekommen. Das haben wir für den



Volker Gallé
Kulturkoordinator der Stadt Worms

Workshop zu der Frage ‚City of what?' weiterentwickelt. Diese Bezeichnung spielt ja bewusst mit anderen Städtebezeichnungen: Mannheim ist die ‚City of Music' und Heidelberg die ‚City of Literature'. Was genau ist Worms für Menschen, die gerade an dem Punkt stehen, sich zu entscheiden ob sie hier bleiben und die Stadt mitgestalten oder weg gehen wollen? Das war die Grundidee des Pop-Up-Festivals, die wir mit dem Workshop noch etwas intensiver aufgreifen.

Fehlt der Stadt neben den anderen Profilen vielleicht noch ein junges Profil?

Maier: Nein, das würde ich nicht sagen. Es gibt eine Jugendkultur in Worms, auch wenn sie nicht ganz so präsent ist. Es gibt natürlich nicht die eine Jugendkultur, denn auch die Jugendlichen haben ganz verschiedene Interessen. Aber das versuchen wir eben aufzufangen. Wobei wir uns ja nicht allein auf die klassischen Jugendlichen beschränken, sondern uns auch an die Junggebliebenen bis 35 oder 45, wie man es in der Werbesprache so schön nennt, richten. Man braucht kein Jugendprofil, aber vielleicht, so habe ich es zumindest wahrgenommen, jemanden der die Hand ausstreckt und zeigt, hier hast du die Möglichkeit, aktiv mitzugestalten. Das Festival bietet eine solche Möglichkeit.

Herr Gallé, fehlt den etablierten Kulturprofilen womöglich dieser zum Mitgestalten und Miterleben aktivierende Charakter? Gerade dieses ‚Miterleben' wirkt ja besonders identitätsstiftend.

Gallé: Nein, das glaube ich nicht. So ist beispielsweise im Windschatten der Nibelungen-Festspiele das Jugendtheaterprojekt ‚Nibelungenhorde' entstanden. Das besteht nun seit zehn Jahren und Höhepunkt ist jeweils eine Theateraufführung im Rahmenprogramm der Nibelungen-Festspiele. Das hat enormen Erlebnischarakter für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Erbe und Geschichte und auch die Nibelungen-Festspiele sind keineswegs etwas unlebendiges.

Erbe und Geschichte, das bringt uns zu dem Thema SCHUM-Städte: Was würde es für Worms bedeuten, wenn der Antrag auf Anerkennung als Weltkulturerbe erfolgreich wäre, und was, wenn nicht?

Gallé: Wir sind zurzeit dabei, einen Managementplan aufzusetzen, und arbeiten mit den anderen Städten, den jüdischen Gemeinden und dem Land zusammen. Der Antrag vertieft sowohl die Notwendigkeit, als auch die Möglichkeit, an diesem Profil weiterzuarbeiten. Sollte die Zusage kommen, dann gibt das dem Ganzen natürlich einen weiteren Schub, nicht nur im touristischen Bereich. Aber auch ohne Anerkennung wird die Arbeit an dem Profil nicht plötzlich aufhören. Schließlich gibt es hier bereits eine Vorlaufzeit von 14 Jahren. Die Stadt hat sogar schon früher, seit den 1950er Jahren an ihrem jüdischen Profil gearbeitet. Somit bleiben wir an diesem Thema auf jeden Fall dran. Sollten wir keine Zusage erhalten, wird sich dieser Prozess womöglich verlangsamen, er wird aber nicht aufhören.

Zum Abschluss noch eine persönliche Frage: Fühlen Sie sich als Rheinland-Pfälzer oder als Wormser?

Maier: Wenn ich außerhalb von Worms von der Heimat spreche, dann ist es tatsächlich eher das Rheinhessische, mit dem ich mich verbunden fühle. Zuhause ist ja dort, wo man sich wohlfühlt, und das ist mit Worms und mit Rheinhessen schon stark gegeben. Ich habe sogar mal ein Lied über Worms geschrieben. Das bleibt aber in der Schublade!

Gallé: In erster Linie fühle ich mich als Rheinhesse. Seit 1988 bin ich in Worms und habe mir diese Stadt bewusst ausgesucht, unter anderem wegen ihrer Erbeprofile. Ich fühle mich hier sehr wohl und konnte mit den Wormserinnen und Wormsern schon viel entwickeln. Deshalb fühle ich mich natürlich auch ein bisschen als Wormser. Identität ist eben sehr vielfältig. ■

Neue Finanzierungsmodelle für Kulturprojekte

Dr. Karin Drda-Kühn
Geschäftsführerin von Kultur und Arbeit e. V., Mainz/Bad Mergentheim

Kulturförderung in Rheinland-Pfalz bedeutet für die Mehrheit von Kulturschaffenden und Kultureinrichtungen vor allem umfangreiche Anträge an öffentliche Stellen und Stiftungen zu richten. Dabei stehen sie oftmals in hartem Wettbewerb mit Kolleginnen und Kollegen, seien es etablierte Künstlerinnen und Künstler oder professionell und personell besser aufgestellte Einrichtungen. Wer sich – wie die Mehrzahl der Kulturinstitutionen – nicht einer kostendeckenden institutionellen Unterstützung der öffentlichen Hand gewiss sein darf, sondern im Bereich der projektgebundenen und damit temporären Kulturinitiativen arbeitet, kennt die Mechanismen der einschlägigen Förderprogramme allzu gut und setzt sich mit den Fördermarktregularien mehr oder weniger erfolgreich auseinander.

Kulturförderung braucht neue Instrumente

Genau besehen ist in den letzten zwanzig Jahren in der traditionellen deutschen Kulturförderung nicht allzu viel geschehen was Fördermechanismen und -instrumente selbst anbelangt. Es mögen sich allenfalls die Förderschwerpunkte geändert haben. Das Verfahren blieb jedoch gleich: Kulturschaffende reagieren mit ihren Förderanträgen auf Ausschreibungen und warten meist monatelang auf eine Förderzusage oder eine Absage.

Allerdings sind neben der reinen Kulturspartenfinanzierung Förderinstrumente entstanden, die erweiterten Anforderungen Rechnung tragen, vor allem bei interdisziplinär angelegten Vorhaben: An den Schnittstellen von Kultur und Wirtschaft, Kulturerbe und Energieeffizienz, Kultur und Tourismus oder Kultur und Regionalentwicklung sind Projekttypen und Förderinstrumente entstanden, die auf gegenseitigen Mehrwert zielen. Insbesondere das gesteigerte Bewusstsein für die Kultur- und Kreativwirtschaft hat Finanzierungsinstrumente hervorgebracht, die auch dem Kulturbereich zugutekommen können. Europäische Länder wie Großbritannien, Österreich, Belgien, die Niederlande, Litauen, Lettland und Estland sind uns hier weit voraus, bieten dadurch aber eine Fülle von guten Beispielen und bewährten Ansätzen.

Woran es immer noch bei den meisten Förderinstrumenten im Kulturbereich mangelt, ist in anderen Förderbereichen längst gängige Praxis: die Einbindung einer Erfolgs- und Nachhaltigkeitsmessung im Rahmen von Szenarien mit vorab quantifizierten Indikatoren. Allzu oft wird das, was den eigentlichen Mehrwert kultureller Projekte ausmacht, sehr halbherzig ausgewiesen und nur selten quantifiziert. Beispiele für solche Indikatoren sind:

- Beitrag zur lokalen und regionalen Identitätsbildung,
- Beitrag zur kulturellen Bildung,
- Beitrag zur Regionalentwicklung (mit Blick auf Tourismus, Arbeitsplätze, neue Geschäftsfelder),
- Beitrag zur ökonomischen Vernetzung und Schaffung von Wertschöpfungsketten (Umwegrentabilität von Kulturprojekten, die anderen Wirtschaftszweigen wie Gastronomie, Hotellerie und öffentlichem Nahverkehr zugutekommt),
- Kennzahlen der Wertschöpfung,
- Auswirkungen auf die lokale Umwelt,
- Einbindung von lokalen Akteuren,
- Imagegewinn für die gesamte Region.

Hier setzen innovative Förderinstrumente an, indem sie sozialen und ökonomischen Mehrwert identifizieren und damit das Wertesystem, in dem sich Kulturprojekte bewegen, erweitern und transparent machen.

Warum aber gibt es in Deutschland so wenig Eigeninitiative aus dem Kulturbereich, um Finanzierungsinstrumente selbst zu entwickeln? Vor allem, warum wird der bereits bestehende Markt innovativer Finanzierungsprodukte[1] kaum für Kulturprojekte genutzt? Selbst beim Ausprobieren von innovativen Finanzierungsmodellen erweist sich der Kulturbereich mehrheitlich als eher risikoscheu und unprofessionell. Dabei bieten sich immer mehr Finanzquellen an.

[1] Eine hervorragende Zusammenstellung innovativer Finanzierungsprodukte mit zahlreichen guten Beispielen auch aus Deutschland bietet diese englischsprachige Broschüre: Europäische Kommission (2015): Access to Finance for the Cultural and Creative Sectors. URL: http://bookshop.europa.eu/en/towards-more-efficient-financial-ecosystems-pbNC0416091/ [27.02.2017].

Crowdfunding

Crowdfunding ist das Sammeln von Geld für die Realisierung eines Projektes unter potenziellen Interessenten über eine Internetplattform. Kultur-Crowdfunding gibt Kulturschaffenden die Möglichkeit, ihre Idee öffentlich zu machen und auf direktem Weg – ohne Umweg über die öffentliche Hand – Unterstützerinnen und Unterstützer zu finden. Plattformen wie startnext oder kickstarter vermitteln direkten Zugang zu potenziellem Publikum, was auch denjenigen Zugang zu Finanzmitteln erleichtert, die im klassischen Kulturbetrieb kaum Chancen hätten. Das Publikum selbst stimmt mittels Finanzierungsbeitrag darüber ab, was es haben möchte.

Crowdfunding vereint mehrere positive Aspekte für Kulturprojekte: Es erlaubt gleichzeitig die Validierung einer Projektidee, bietet Zugang zu einem großen Publikum und ist nicht zuletzt ein hervorragendes Marketinginstrument. Inzwischen gibt es sieben unterschiedliche Modelle für Crowdfunding, die je nach Projekttyp einsetzbar sind.[2]

Spendenakquise per Einkauf im Netz

Online-Bestellungen sind ein riesiger Markt[3] geworden und Kulturschaffende können davon profitieren: Über Plattformen wie Boost entstehen bei Online-Bestellungen Spenden, die gemeinnützigen (Kultur)Einrichtungen zugutekommen können. Der Käufer ist dabei gleichzeitig Spender und kann seine Spende nach eigenem Gutdünken verteilen. Die Einzelspenden sind vergleichsweise klein, doch die Masse der Kleinspenden macht's. Auch hier hat das Publikum eine direkte Möglichkeit, Interesse und Unterstützung zu signalisieren.

Transnationale Fördermittel

Öffentliche Förderungen für Kulturprojekte gibt es nicht nur über die Kultusministerien oder kommunale Kulturabteilungen. Selbst wenn auf einem Förderprogramm nicht explizit ‚Kultur' im Titel ausgewiesen ist, kann Kultur daraus gefördert werden. Hervorzuheben sind hier vor allem die Infrastrukturprogramme der Europäischen Kommission, die meist über die Bundesländer abgewickelt werden. Beispiele dafür in Rheinland-Pfalz sind das Regionalentwicklungsprogramm INTERREG, LEADER (ausgerichtet auf innovative Aktionen im ländlichen Raum) und ESF (zur Stärkung von Arbeitsmarkt und Beschäftigung).

Privates Kapital für Kulturprojekte

Die Erschließung von privatem Kapital für Kulturprojekte kann sehr unterschiedlich aussehen: Beteiligungskapital, Gründerfonds oder Zuschüsse sind nur einige Beispiele, und die meisten eignen sich eher für kulturwirtschaftlich ausgerichtete Vorhaben[4] als für traditionelle Kulturprojekte. Sie sind dennoch eine hervorragende Finanzierungsmöglichkeit jenseits von öffentlichen Projektförderungen und zielen auf ökonomische Nachhaltigkeit.

Kulturprojekte profitieren eher von Formen des Public-Private-Partnership (PPP), von Spenden oder Zuwendungen durch Sponsoren. Spezialisierte Portale[5] erleichtern den Zugang zu Informationen. Mit der rheinland-pfälzischen Initiative ‚Neue Wege für innerstädtische Netzwerke' (WIN) des Wirtschaftsministeriums wird derzeit ein integrierter, sektorenübergreifender Ansatz zur Aktivierung der Privatinitiative entwickelt, in dem Kultur und Kulturwirtschaft einen wichtigen Platz einnehmen.[6]

Fördermodelle auf dem Prüfstand – Qualifizierung für Kulturschaffende

Woran mag es liegen, dass Akteure aus dem Kulturbereich bislang keine aktive Rolle gefunden haben, um selbst Instrumente zu entwickeln, die es ihnen ermöglichen, für ihre Projekte möglichst einfach finanzielle Unterstützung zu erhalten und die zudem den administrativen Aufwand gering halten und nachhaltig sind? Andere Branchen wie Forschung, Gesundheit oder soziale Sicherungen sind permanent in der Entwicklung von neuen Finanzierungsinstrumenten begriffen.

Das neue Bewusstsein über die ökonomischen Seiten der Kultur trägt auch zur Weiterentwicklung von Finanzierungsmodellen bei, seitdem die überaus eindrucksvollen Zahlen zur volkswirtschaftlichen Bedeutung der Kultur vorliegen.[7] In einem nächsten Schritt müssten nun Finanzprodukte entwickelt werden, die möglichst vielen Kultureinrichtungen – ganz gleich, ob wirtschaftlich ausgerichtet oder nicht – Zugang zu finanzi-

[2] Eine Zusammenfassung über Möglichkeiten des Crowdfunding für kleine Kultureinrichtungen findet sich in dieser englischsprachigen Broschüre: Vgl. Europäische Kommission (2016): Crowdfunding explained – a guide for small and medium enterprises on crowdfunding and how to use it. URL: http://ec.europa.eu/growth/access-to-finance/funding-policies/crowdfunding/ [13.02.2017].

[3] Im Jahr 2014 wurden im E-Commerce-Markt in Deutschland rund 37 Milliarden Euro umgesetzt. Für 2015 beläuft sich die Schätzung auf rund 42 Milliarden Euro. Vgl. Statista (2015): Statistiken zum Thema E-Commerce in Deutschland. URL: http://de.statista.com/themen/247/e-commerce/ [13.02.2017].

[4] Für eine gute Übersicht zu solchen Finanzierungsformen: Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2016): Förderung und Finanzierung. URL: www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Navigation/Finanzierung-Foerderung/beteiligungskapital.html [13.02.2017].

[5] Vgl. www.kulturfoerderung.org; www.kunstportal-pfalz.de/7/stiftungen.html; www.stiftungen.org.

[6] Vgl. Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft, Weinbau (o.J.): Handel. URL: https://mwkel.rlp.de/de/themen/wirtschaftszweige/handel/ [13.02.2017].

[7] Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2016): Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung. URL: www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/ [13.02.2017].

eller Unterstützung ermöglichen und das starre und aufwändige Regelwerk herkömmlicher Förderungen mittelfristig ablösen.

Immer mehr ermutigende Erfahrungen mit neuen Finanzierungsinstrumenten liegen vor. Ihre Adaptierung auf den Kulturbereich steht dringend an, um Kulturschaffenden Freiräume zu schaffen für das, was sie können und machen wollen – Kultur. Derzeit fehlt es an Qualifizierung und Professionalität zur Entwicklung solcher Instrumente, denn nur in einem interdisziplinären Team aus Kulturanbietenden, Finanzexperten, Regionalentwicklern, öffentlichen Mittelgebern und privaten Investoren ist dies zu leisten.

Als Fazit bleibt ein Plädoyer, das sich an Fördermittelgeber und an Fördermittelnehmer gleichermaßen richtet:

- Förderinstrumente für Kultur bedürfen einer Anpassung an neue Möglichkeiten, damit die Chancen des Marktes nicht am Kulturbereich ungenutzt vorüberziehen.
- Innovative Förderinstrumente benötigen eine Testphase, ob und wie sie von Kulturschaffenden angenommen werden.
- Kulturschaffende benötigen Qualifizierung zum Umgang mit neuen Förderinstrumenten – in der Ausbildung wie parallel zur Berufsausübung. ■

Kultur- und Arbeit e. V.

Kultur und Arbeit e. V. ist eine gemeinnützige, kulturwirtschaftlich und europäisch ausgerichtete Einrichtung, registriert in Mainz mit Büros in Berlin und Bad Mergentheim. Kultur und Arbeit versteht sich als Dienstleister für die Kulturwirtschaft und bietet Unterstützung

- *bei der Qualifizierung von Kulturschaffenden für den Arbeitsmarkt,*
- *bei der Erstellung von kulturwirtschaftlichen Studien,*
- *bei gutachterlichen Aufgaben,*
- *als Träger von Bildungs- und Arbeitsmarktprojekten mit einem Qualifizierungsaspekt für Kulturschaffende,*
- *als Träger von kulturwirtschaftlichen und kulturtouristischen Vorhaben einschließlich Veranstaltungen.*

Ein besonderes Profil hat sich der Verein durch Studien und Projekte speziell für die Kulturwirtschaft und den Kulturtourismus erworben. Derzeitige Arbeitsschwerpunkte: Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern im Kulturerbe-Erhalt, Kulturtourismus im ländlichen Raum, Qualifizierung für den europäischen Kulturarbeitsmarkt.



it Recht wird dieses Land das Paradies Deutschlands genannt, sowohl wegen seiner hohen Fruchtbarkeit, den herrlichen Erzeugnissen seines Bodens als wegen seiner seltenen Naturschönheiten. Üppigkeit, lachende Heiterkeit ist sein Hauptcharakter.

Aus: Morgenblatt für gebildete Stände, 20./21. April 1832, zit. in: Die Pfalz ist ein gelobt Land. 1994, S. 20

Kultur schmeckt

121 **Liebe zur Region geht durch den Magen**
Im Gespräch mit Frank Buchholz

124 **Weinland Nr. 1 – Terroir, Tourismus und Tradition**
Andrea Adams
Andreas Köhr

127 **Einzigartige Kulturlandschaft – Erhalt gestalteter Natur**
Dr. Hans Jörg Pfeiffer

129 **Der herzhaft würzige Knack – Molekulares Zusammenspiel in der Worscht**
Prof. Dr. Thomas A. Vilgis

Liebe zur Region geht durch den Magen

Im Gespräch mit Frank Buchholz, Sternekoch

Weinbau, Landwirtschaft und die Vorliebe der Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzer für bodenständiges Essen haben eine lange Tradition, die das Bild der Region maßgeblich prägen und geprägt haben. ‚Die Liebe zur Region geht durch den Magen' – diese Behauptung möchte die ZIRP mit einem der größten Fachmänner zum Thema Genuss in der Region diskutieren: Frank Buchholz, Sternekoch und seit 1998 Wahl-Rheinland-Pfälzer.

ZIRP: **Herr Buchholz, was schätzen Sie kulinarisch an der Region besonders?**

Frank Buchholz: Ganz klar: Als ich nach Rheinland-Pfalz gezogen bin, war Wein das erste regionale Produkt, dem ich begegnet bin. Aber lassen Sie uns nicht über ‚Kulinarik' sprechen. Es geht im Grunde doch um Essen und Trinken. Um gute Produkte und die erkennt jeder sofort, wenn er sie isst. Kulinarisch, das sind wir in Deutschland nicht.

Und das ausgerechnet von einem Sternekoch?

Buchholz: Ja, gerade ich als Sternekoch sehe das so. Gerichte müssen nicht kreativ geadelt werden, um zu schmecken. Aus diesem Grund habe ich den Stern in meinem Restaurant in Gonsenheim abgegeben. Ich habe heute eine viel sachlichere Sicht auf das Essen, die ich so beibehalten möchte.

Rheinland-Pfalz: Das Land der Reben und Rüben. Gilt das noch?

Buchholz: Absolut. Dieses Image wird auch noch die kommenden Jahrzehnte so gelten, es entspricht schließlich den Tatsachen. Und das ist gut so, es handelt sich dabei ja keinesfalls um ein schlechtes Image. Wir sollten und können uns aber nicht darauf verlassen, dass es ohne aktive Pflege auf alle Zeit bestehen bleibt und Menschen für rheinland-pfälzische Produkte begeistert. Man muss das Thema ‚Reben und Rüben' mit Esprit und Witz belegen. Das ist wie bei einem Haus: Man pflegt es jahrelang und irgendwann überdenkt und erneuert man Einzelheiten. In ein traditionelles Bild wird etwas vom Zeitgeist hineingegeben. Damit Althergebrachtes zeitgemäß und modern wirkt, reicht oft schon ein gutes Layout.

Nicht zuletzt Altkanzler Helmut Kohl hat diesem Image ein weiteres hinzugefügt: Rheinland-Pfalz als Land des Saumagens. Haben wir das hinter uns gelassen?

Buchholz: Dieses Image hat Rheinland-Pfalz immer noch und auch hier bin ich der Meinung, dass wir das nicht hinter uns lassen sollten. Wir sollten es vielmehr aktiv nach außen kommunizieren. In Landau gibt es zum Beispiel einen internationalen Saumagenwettbewerb zu dem sogar Besucher aus Japan anreisen. Bodenständigkeit ist ein Image, und zwar ein positives.



Frank Buchholz
Sternekoch

Wie schlägt sich Regionalität in Ihrer Küche im Bootshaus in Mainz nieder?

Buchholz: Vor allem in den Zutaten. Produkte aus der Region zu verarbeiten, ist mir sehr wichtig. Nicht nur der Wein ist besser geworden, auch alle anderen Agrarprodukte aus der Region. Diese Liebe zum Land spüre ich besonders bei unseren Partnern in Gonsenheim, das ist ja das Tor zu Rheinhessen, die für uns regionale Produkte wie Wildkräuter, Gelbe Beete und Kartoffeln anbauen. Hinzu kommen das Obst und der Spargel aus Finthen. Die Bauern haben ihre Verantwortung für die Natur erkannt und die Endverbraucher und der Gast im Restaurant geben heute gerne Geld für gute Qualität aus. Das sehen Sie auch an den immer zahlreicher werdenden Street-Food-Festivals: Hier geben gerade junge Menschen vergleichbar viel Geld für Essen und Trinken aus, weil ihnen gute Qualität wichtig ist. Weil sie frische, nachhaltig angebaute Zutaten schätzen.

Das Bewusstsein für regionale Lebensmittel ist also bei den Menschen angekommen?

Buchholz: Absolut! Das sehen Sie auch bei den Winzern in der Region. Mit ‚Message in a bottle' haben sich 28 junge Winzer zusammengeschlossen, um gemeinsam qualitativ hochwertigen Wein aus Rheinhessen zu promoten und so das verstaubte Image abzuschütteln.

Wie schmeckt die Region?

Buchholz: Sie schmeckt süß, sie ist sauer, salzig und sie ist staubig. Und fröhlich.

Wie sieht es auf Ihrer Speisekarte mit typisch rheinland-pfälzischen Speisen aus?

Buchholz: Die werden Sie nicht finden. Viele typische Gerichte haben in der Historie sicher Bedeutung gehabt, haben aber heute in dieser Form keinen Bestand mehr. So wie man damals gekocht hat, so will man heute nicht mehr kochen – beziehungsweise finden Sie kaum jemanden, der das genießen möchte. Die Regionalität der Produkte ist entscheidend, nicht die der Rezepte. Es sind gute Zutaten, die mich beim Kochen inspirieren. Für mich als Koch ist es wichtig, dass die Gäste aus Deutschland und der Welt kennen lernen, was wir sind in Rheinland-Pfalz. Und wir sind auch ein Agrarland.

Wenn Sie an Ihre Kindheit denken, welchen Duft haben Sie in der Nase, an welches Gericht denken Sie?

Buchholz: Mein Ziehvater kommt aus Apulien, deshalb waren wir nicht auf typisch deutsche Küche festgelegt. Wir haben sehr viel Pasta gegessen, Fisch und frisches Gemüse, was in meinem Umfeld damals gar nicht üblich war. Viele Menschen fragen mich danach, was mein Leibgericht ist. Das gibt es gar nicht. Ich kann höchstens sagen, was ich nicht gerne esse, und das ist Grünkohl.

Sie sind gebürtiger Westfale. Fühlen Sie sich mittlerweile als Rheinland-Pfälzer?

Buchholz: Ich komme ja aus Dortmund und mit dem Herzen fühle ich mich mit meinem Geburtstort natürlich immer noch verbunden. Mainz ist meine selbstgewählte neue Heimat. Hier bin ich seit 18 Jahren zuhause, hier fühle ich mich wohl und hier möchte ich bleiben. ■

Saisonal und ortsverbunden



Im Oktober 2016 ist das neue Kochbuch ‚Querfeldein. Foodpairing mit saisonalen Zutaten' von Frank Buchholz im Becker Joest Volk Verlag (BJVV) erschienen. Sein Schwerpunktthema: die saisonale und ortsverbundene Küche. Im Buch stellt er seine Zulieferer vor, erklärt in Reportagen, woran man die besondere Hochwertigkeit der Produkte jeweils erkennt, und ermutigt den Leser, sich Qualität ‚zu trauen' und in der Region nach den Imkern, Bauern, Jägern etc. Ausschau zu halten, die sich ihrer Passion voll und ganz widmen.

Rheinland-Pfalz ist das Land der Genießer. Was fällt Ihnen zu diesem Thema ein?

Abgebildet sind die Begriffe, die von den Teilnehmerinnen und Teillnehmern unserer Umfrage besonders häufig genannt wurden. Es gilt: je größer der Begriff, desto häufiger wurde er genannt.



Weinland Nr. 1 – Terroir, Tourismus und Tradition

Andrea Adams
Hauptgeschäftsführerin

Andreas Köhr
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd e. V., Mainz

Einzigartige Kulturlandschaften mit 2.000-jähriger Geschichte: Der Weinbau in Rheinland-Pfalz ist mehr als ein bedeutender Teil der heimischen Landwirtschaft. Er prägt das Land und die Menschen, die hier leben. Er ist ein Aushängeschild für das Land und ein Tourismusmagnet, nicht nur für deutsche Urlauberinnen und Urlauber. Die Winzerinnen und Winzer schaffen und erhalten attraktive Freizeit- und Erholungsräume für die Bevölkerung. Sie tragen aktiv zum gesellschaftlichen Leben bei, gerade im so wichtigen ländlichen Raum, und fühlen sich ihrer Heimat verpflichtet. Der Weinbau trägt damit in großem Maße zur Kultur und zur regionalen Identität in diesem Land bei.

Die Fakten: In den sechs Anbaugebieten Rheinhessen, Pfalz, Mosel, Nahe, Mittelrhein und Ahr werden auf ca. 64.000 Hektar Reben angebaut. Damit liegen rund zwei Drittel der deutschen



2.000 Jahre Weinkultur in Rheinland-Pfalz: Römisches Weingut Weilberg mit Tretkelteranlage in Bad Dürkheim-Ungstein.

Weinberge in Rheinland-Pfalz. Gut ein Viertel der Rebfläche ist mit Riesling bestockt und mit der Pfalz liegt das weltweit größte Anbaugebiet dieser Rebsorte in Rheinland-Pfalz. Rund 8.000 Betriebe, was mehr als 40 Prozent der landwirtschaftlichen Betriebe insgesamt entspricht, haben ihren Schwerpunkt im Weinbau. Ein Drittel des Produktionswertes der landwirtschaftlichen Erzeugung erwirtschaftet dieser Sektor im Land, obwohl sein Anteil an der landwirtschaftlich genutzten Fläche nicht einmal zehn Prozent beträgt.[1] Kein Zweifel: Rheinland-Pfalz ist Deutschlands Weinland Nr. 1!

Im Verbandsgebiet des Bauern- und Winzerverbandes Rheinland-Pfalz Süd e. V. sind die beiden größten deutschen Weinbaugebiete Rheinhessen und Pfalz gelegen. Mit einer Rebfläche von insgesamt über 50.000 Hektar liegt die Hälfte der deutschen Weinberge in diesen beiden Regionen.[2] Mit seinen beiden Weinbauverbänden Rheinhessen und Pfalz ist der Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd e. V. die wichtigste berufsständische Vertretung des rheinland-pfälzischen Weinbaus und hat damit auch auf nationaler Ebene eine große Bedeutung für den Berufsstand. Er vertritt nicht nur dessen Interessen gegenüber Politik und Gesellschaft, sondern bietet seinen Mitgliedern auch umfassende Beratungsleistungen an. Der Verband sorgt mit seinem Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung des traditionsreichen Weinbaus im südlichen Rheinland-Pfalz und darüber hinaus.

Weltweiter Botschafter

Nur durch wettbewerbsfähige Winzer und Landwirte kann die Attraktivität und Wirtschaftskraft des ländlichen Raumes erhalten bleiben und Landflucht verhindert werden. Für die Zukunftsfähigkeit des Landes ist das ein entscheidender Faktor. Vor diesem Hintergrund hat der Weinbau innerhalb der Landwirtschaft eine Sonderrolle inne. Die Weine, die hier entstehen, sind weltweite Botschafter für ihre Herkunft und damit beste Werbung für die wichtigsten Urlaubsregionen in Rheinland-Pfalz. Solche Regionen entstehen in erster Linie in attraktiven Kulturlandschaften mit einem hohen Erholungswert, wie sie in den Weinbaugebieten zu finden sind.

Das zeigt auch die Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen der vergangenen Jahre in Rheinland-Pfalz. Die größten Zuwächse entfielen dabei auf die Weinbaugebiete. Besonders dynamisch zeigt sich derzeit Rheinhessen. Im Zeitraum zwischen 2010 und 2015 stieg die Anzahl der Übernachtungen um mehr als 12 Prozent, die der Gäste sogar um 20 Prozent.[3] Urlaub in Weinregionen boomt und Rheinland-Pfalz kann als Weinland in besonderem Maße davon profitieren.

Die Menschen von außerhalb verbinden das Land mit dem Weinbau und dessen Attributen: hervorragende, handwerklich hergestellte Produkte aus regionaler Erzeugung, grandiose Kulturlandschaften, Erholung, Weinfeste und Geselligkeit, gelebte Tradition in Verpflichtung gegenüber vorangegangenen und folgenden Generationen und eine bewegte Geschichte, die bis zu den Römern zurückreicht. Diese externe Sicht sorgt auch für einen entsprechenden Blick der Rheinland-Pfälzerinnen und Rheinland-Pfälzer selbst auf ihre Heimat und ist identitätsstiftend für die Menschen, die hier leben. Auch das gesellschaftliche Engagement vieler Winzer und Landwirte in der Kommunalpolitik, in den Vereinen oder durch die Ausrichtung verschiedenster Veranstaltungen ist eine Säule der örtlichen, regionalen und landesweiten Gemeinschaft und dient dem Zusammenhalt in der Bevölkerung.

Darüber hinaus erzeugt der Weinbau Produkte, die Abdruck ihrer Herkunft sind. In den vergangenen Jahren kam der Begriff ‚Terroir' auch verstärkt im deutschen Weinbau auf. Terroir fasst die Gegebenheiten und Umstände zusammen, unter denen ein Wein entsteht und die entscheidenden Einfluss auf seine Eigenschaften haben. Je nach Definition schließt das nicht nur Boden, Kleinklima und Topografie ein, sondern auch die Arbeit des Winzers im Weinberg und den Ausbau des Weines im Keller. Aber egal wie weit oder eng man den Begriff fasst, der Wein ist immer von seiner Herkunft geprägt, die ihm einen unverwechselbaren Charakter verleiht. Der Wein ist damit also auch immer ein Stück der Region, in der er gewachsen ist, ein Stück Heimat, auf das die Menschen stolz sein können.

Herkunftsregionen schützen

Durch seine Lagerfähigkeit lässt der Wein kleine Reisen in die Vergangenheit zu. Die Bedingungen eines Jahres sind in einer Flasche Wein konserviert und sind bei entsprechender Qualität noch Jahrzehnte danach erlebbar. Ein wahres Stück

[1] Vgl. Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2016): Weinbau 2016 (Faltblatt). Bad Ems. S. 1-8.

[2] Vgl. Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2016): Landwirtschaft 2016 (Faltblatt). Bad Ems. S. 1-8.

[3] Vgl. Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2016): Tourismus 2016 (Faltblatt). Bad Ems. S. 1-8.

Geschichte dagegen sind die Funde aus der Römerzeit, die den Weinbau in Rheinland-Pfalz schon vor 2.000 Jahren nachweisen. Objekte wie der Römerwein von Speyer dokumentieren eindrucksvoll, dass der Weinbau schon früh ein Teil der Kultur und der Identität des Landes war.

Wie in der Vergangenheit unterliegt der Weinbau heute dem ständigen Wandel und die Branche muss auf neue Herausforderungen reagieren. Der Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd e. V. unterstützt die Winzer dabei, dass diese Änderungen nicht zu Gefahren für den heimischen Weinbau werden und engagiert sich dafür, dass gesetzliche Vorgaben im Sinne seiner Mitglieder umgesetzt werden.

Jüngstes Beispiel ist die Ausweitung der Rebfläche in der Europäischen Union. Hier konnte sich der Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd e. V. erfolgreich dafür einsetzten, dass diese in Deutschland nur auf einem niedrigen Niveau von 0,3 Prozent pro Jahr festgelegt wurde. Dies verhindert eine zu große Steigerung der Produktion mit der Gefahr von sinkenden Preisen. Gleichzeitig wurde in den so genannten Lastenheften festgelegt, wo diese neuen Rebflächen angelegt werden dürfen, damit keine Reben außerhalb der traditionellen Anbaugebiete gepflanzt werden. Dabei werden die Steillagen im Land bevorzugt, die in den letzten Jahren deutlich an Fläche verloren haben und die dadurch wieder Zuwächse erhalten sollen. Die Lastenhefte enthalten für jedes Anbaugebiet die Produktspezifikationen der dort entstehenden Weine wie Lagenbezeichnungen, Hektarhöchsterträge, Mindestmostgewichte, zugelassene Rebsorten und die räumliche Abgrenzung des Gebietes. Diese Regelwerke, die die Weinbauverbände entscheidend mitgestalten, tragen zum Schutz der Herkunftsregionen bei, was auch im Hinblick auf zukünftige Freihandelsabkommen von entscheidender Bedeutung ist.

Aber unabhängig von den politischen Entwicklungen, dem Strukturwandel und technischen Fortschritt wird der Weinbau in Rheinland-Pfalz auch in den kommenden Jahren zur Kultur und zur regionalen Identität des Landes und der Menschen, die hier leben, beitragen. Der Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd e. V. wird die Winzer und ihre Betriebe auf diesem Weg auch weiterhin begleiten und tatkräftig unterstützen. ■

Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd e. V.

Der Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd e. V. mit Sitz in Mainz ist die agrar- und weinbaupolitische Interessenvertretung von ca. 12.000 Landwirten und Winzern im südlichen Rheinland-Pfalz. Darüber hinaus bietet der Verband ein umfassendes Beratungs- und Serviceangebot für seine Mitgliedsbetriebe. Die Buchstelle des Bauern- und Winzerverbandes Rheinland-Pfalz Süd e. V. betreut die Betriebe in den Bereichen Buchführungs-, Rechnungs- und Steuerwesen. Im südlichen Rheinland-Pfalz findet man eine Vielfalt an landwirtschaftlichen Produkten, die Ihresgleichen sucht. Von Getreide, Zuckerrüben und Kartoffeln über Obst, Gemüse, Tabak, Milch, Eier und Fleisch bis hin zu hervorragenden Weinen produzieren die Unternehmen nahezu alle Produkte, die für eine gesunde und genussvolle Ernährung notwendig sind.

Einzigartige Kulturlandschaft – Erhalt gestalteter Natur

Dr. Hans Jörg Pfeiffer
Biologe, Stiftung Kulturlandschaft Rheinland-Pfalz

Steillagenweinbau an Rhein, Mosel, Nahe und Ahr, Sonderkulturen in der Oberrheinebene, großflächiger Ackerbau in den Lößgebieten Rheinhessens, ausgedehnte Grünlandwirtschaft in den Höhenlagen der Eifel oder Grünland in den schmalen Bachauen des Pfälzerwaldes – nur einige Facetten, die die Unverwechselbarkeit und Vielfalt des Landes Rheinland-Pfalz und seine Einzigartigkeit im Herzen von Europa ausmachen. Die Charakteristika dieser für unser Land so typischen Landschaften werden vom Leben und Wirken der Menschen vor Ort und insbesondere von der Landwirtschaft bestimmt.

Die Landwirtschaft als eine der am stärksten formenden Kräfte in der Landschaft unterliegt dabei ebenso wie Technik und Gesellschaft einer erheblichen Dynamik. Erhalt und Entwicklung kultureller Eigenarten und Werte der Landschaft stellen eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe dar. Bei dieser sind so wichtige Aspekte wie der Schutz unserer natürlichen Lebensgrundlagen, der Erhalt unserer Tier- und Pflanzenwelt, Wirtschaftlichkeit und Sozialverträglichkeit, aber auch die Flächenansprüche durch Verkehr, Gewerbe, Industrie, Siedlung und Energiegewinnung zu beachten.

Die Stiftung Kulturlandschaft Rheinland-Pfalz zeigt Wege, die einzigartigen rheinland-pfälzischen Kulturlandschaften zu erhalten und zu ihrer Entwicklung beizutragen. Erhalt und Entwicklung von Kulturlandschaften ist unserer Auffassung nach nur über nachhaltige, langfristige Konzepte möglich. Wir setzen daher auf die seit Generationen als Landschaftsgestalter tätigen Winzerinnen und Winzer und Bäuerinnen und Bauern mit all ihren Erfahrungen, ihrem Wissen und Eigenverantwortlichkeit für ihre Kulturlandschaft und Heimat. Kulturlandschaft war immer ein Produkt dieser klassischen Landnutzer. Das Gefühl von Heimat und Zugehörigkeit zu einer Landschaft hat sich daran für viele festgemacht.

Unsere Aufgaben:

- Wir schützen landwirtschaftlich genutzte Kulturlandschaft vor Flächenzugriffen durch andere Nutzungen und völliger Nutzungsaufgabe.
- Wir unterstützen ökologische, auskömmliche und nachhaltig finanzierbare Wirtschaftsweisen.
- Wir stärken das Bewusstsein und Verantwortungsgefühl für die Werte und den Erhalt der heimischen Kulturlandschaft und der regionalen Identität.

Nach den Vorgaben der Naturschutzgesetze sind die Auswirkungen auf Natur, Landschaft oder be-



Freistellung und Offenhaltung verbrachter Weinbergslagen im Alsenztal. Im Bild von links nach rechts: verbuschte, ehemalige Rebfläche, wieder freigestellte und durch Ziegenbeweidung offen gehaltene Bereiche, als Weinberg genutzte Flächen.

Stiftung Kulturlandschaft Rheinland-Pfalz

Die Stiftung Kulturlandschaft Rheinland-Pfalz wird getragen durch die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz, den Bauern- und Winzerverband Rheinland-Nassau e. V., den Bauern- und Winzerverband Rheinland-Pfalz Süd e. V. und den Gemeinde- und Städtebund Rheinland Pfalz e. V. Unter der Leitung der Geschäftsführer Dieter Feldner (LWK) und Dr. Thomas Rätz (GStB) ist ihr Zweck die Förderung des Natur- und Landschaftsschutzes durch den Erhalt und die regionalspezifische Förderung der Eigenart und Schönheit der bäuerlich geprägten Kulturlandschaft, der Biotop- und Artenvielfalt in Rheinland-Pfalz. Hierbei setzt sie auf die Idee des Naturschutzes durch Nutzung sowie auf ein modernes, nachhaltiges Flächenmanagement. Weitere Informationen: www.kula-rlp.de

drohte Arten, wie sie zum Beispiel durch den Bau von Verkehrswegen, Leitungstrassen, Energieanlagen, Gewerbe-, Industrie- und Siedlungserweiterungen hervorgerufen werden, durch sogenannte landschaftspflegerische Maßnahmen zu verhindern oder zu kompensieren.

Meist werden Flächen zur Umsetzung landschaftspflegerischer Maßnahmen bisher durch Ankauf und Entpachtung aus der landwirtschaftlichen Nutzung genommen. Diese Flächen bleiben dann entweder sich selbst überlassen oder werden mit hohem finanziellen Aufwand gepflegt. Wirtschaftlichen Nutzwert haben sie in der Regel keinen mehr. Die Landwirtschaft stellt dabei regelmäßig die Kosten-Nutzen-Relation als auch den Entzug landwirtschaftlicher Fläche in Frage. Zugleich erschweren oder verhindern die Zerschneidungen oft die Nutzung angrenzender Flächen. In Verdichtungsräumen steigen zudem die Pacht- und Grundstückspreise.

Die Stiftung Kulturlandschaft Rheinland-Pfalz geht einen anderen Weg: Sie setzt auf Artenschutz und Kompensation durch landwirtschaftliche Betriebe. Sie berät die Träger der Eingriffsvorhaben über Alternativen zum Flächenkauf und zur Entpachtung. Sie schließt langfristige Bewirtschaftungsverträge mit den Landwirtinnen und Landwirten und den Trägern der Vorhaben. Gleichzeitig werden die zuständigen Naturschutzbehörden eingebunden. Ertragseinbußen in Folge der Maßnahmen werden mit Geldern von den Trägern der Eingriffsvorhaben ausgeglichen.

Die Maßnahmen selbst sind vielfältiger Natur: Sie reichen von der Offenhaltung verbuschender Bachauen und Weinbergshängen über die Vernetzung von Biotopstrukturen zur Belebung des Landschaftbildes, der Entwicklung von extensivem Grünland auf ehemaligen Ackerflächen, Ansitzwarten für Greifvögel, Nisthilfen für Eulen, Falken oder Schwalben bis hin zu in die direkte landwirtschaftliche Produktion integrierten Maßnahmen. Düngung und Pflanzenschutz auf Ackerflächen werden so angepasst, dass seltene Ackerwildkräuter sich wieder etablieren können. Grünland wird extensiv beweidet, spät gemäht und eingeschränkt gedüngt, um größere Artenvielfalt auf der Wiese oder Weide zu ermöglichen. Kornstreifen bleiben länger stehen, Stoppeln werden später umgepflügt und Luzerne angebaut, um dem Feldhamster besseren Lebensraum zu bieten. Häufig geschnittene Feldfutterflächen werden angelegt, um Rotmilanen attraktive Nahrungshabitate außerhalb der Gefahrenzone von Windrädern anzubieten, Blühstreifen, Brachestreifen oder -inseln und der Anbau spezieller Getreidesorten bereichern und verbessern das Nahrungsangebot und den Lebensraum von Vögeln, Insekten und anderen Tiergruppen der Feldflur.

So verbessert sich die Gesamtsituation für alle Beteiligten. Einzigartige Kulturlandschaft bleibt als Grundlage regionaler Identität für alle erhalten, die Konflikte zwischen den Trägern der Vorhaben und der Landwirtschaft werden vermieden, die Ziele von Naturschutz und Landschaftsschutz nicht nur berücksichtigt, sondern auch in der Landwirtschaft besser verstanden und akzeptiert. Die Maßnahmen werden nun nicht nur von den Landwirtinnen und Landwirten stärker mit der regionalen Natur und Landschaft in Verbindung gebracht. Das Bewusstsein für regionale Verantwortung und Identität steigt allgemein. ■

Der herzhaft würzige Knack – Molekulares Zusammenspiel in der Worscht

Prof. Dr. Thomas A. Vilgis
Physiker, Max-Planck-Institut für Polymerforschung, Mainz

Weck, Worscht und Woi: Das Mainzer beziehungsweise Pfälzer WWW ist eines der Nonplusultra der Region. Obwohl immer wieder als „unselige Trinität" belächelt[1], spiegelt es Kultur und Handwerkstradition des Landes und der Stadt Mainz wieder. Auch wäre ohne das Trio das allsamstägliche Mainzer Marktfrühstück um drei Stücke ärmer. Neue Erkenntnisse aus der aktuellen Forschung über die Wurstherstellung und das Weckbacken lassen das WWW nun in einem völlig neuen Licht erstrahlen. Deutlich werden diese elementaren Zusammenhänge jedoch erst auf molekularer Ebene.

Die Herstellung einer Fleischwurst ist auf den ersten Blick nichts Besonderes: Muskelfleisch, Fett, Wasser in Form von Eis, Salz, Pökelsalz und Diphosphat werden zu einem feinen Brät gekuttert, mit Gewürzen und Glutamat abgeschmeckt, in Natur- oder Kunstdärme gefüllt und gebrüht.[2] Nach dem Erkalten entsteht ein schnittfestes, knackiges Gel. Wieso, weshalb, warum? Na, das hat man schon immer so gemacht! Seien wir doch ehrlich: Wer möchte das denn schon so genau wissen, was in der Worscht alles drin ist? Wer sich aber dafür interessiert, was beim Wurstmachen wirklich passiert, gewinnt Einsichten, das Wursten physikalischen Gesetzen anzupassen.

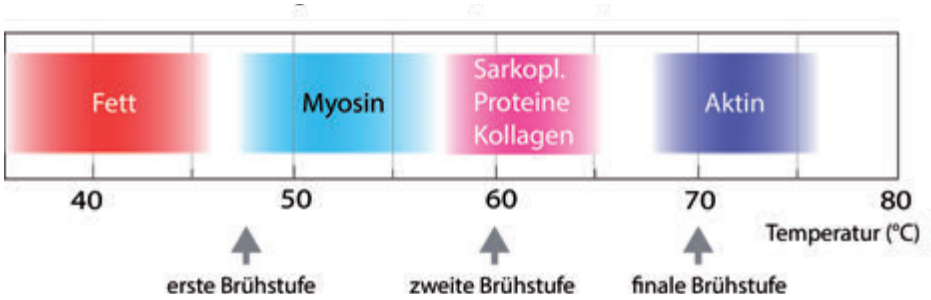
Was also passiert bei der Worscht-Herstellung? Muskelfleisch besteht aus einer Vielzahl von Proteinen, die im lebenden Muskel verschiedene Aufgaben der Bewegung übernehmen.[3] Proteine benötigen zur Funktion Wasser, so dass sich reichlich davon, das sogenannte Sarkoplasma, in den Zellen befindet und weitere Bestandteile der Zelle, wie das vierwertige Phosphat Adenosintriphosphat (ATP), lösen. Ein Grundproblem bei der Fleisch- und Wurstherstellung ist nun jedoch die Ausbildung der Totenstarre nach dem Schlachten, wenn Aktin und Mysosin sich zu einem starren, kaum lösbaren Komplex verbinden. Dies geschieht, sobald sich das Muskelphosphat ATP zu Monophosphaten und Adenmonophosphat abbaut. Freies Myosin ist im Brät allerdings wichtig, denn es emulgiert Fett und sorgt für eine stabile Konsistenz. Durch Zugabe des vierfach geladenen Ions Diphosphat, wie bei der oben stehenden Zutatenaufzählung erwähnt, kann diesem Erstarren teilweise entgegengewirkt werden.

Besser – auch im Hinblick auf frische, regionale, ökologische und traditionelle Fleischverarbeitung – ist die sogenannte Warmfleischverarbeitung, bei der das Fleisch des getöteten Tieres direkt weiter verarbeitet wird. Bei schlachtfrischem Fleisch erübrigt sich die Beigabe von Phosphat; ATP ist ausreichend vorhanden, Myosin und Aktin sind noch nicht fest verbunden. Zudem ist die Wasserbindung im Vergleich zur Kaltfleischverarbeitung deutlich besser, der ‚Knack' fester. Ganz abgesehen vom deutlich besseren Geschmack: Das Energiespeicherkohlenhydrat Glycogen wurde noch nicht zu Milchsäure fermentiert. Darüber hinaus trägt diese tierische Stärke zur Wasserbindung nach dem Brühen bei. Diese mitunter fundamentalen Unterschiede sind letztlich nur auf der molekularen Ebene nachzuvollziehen.

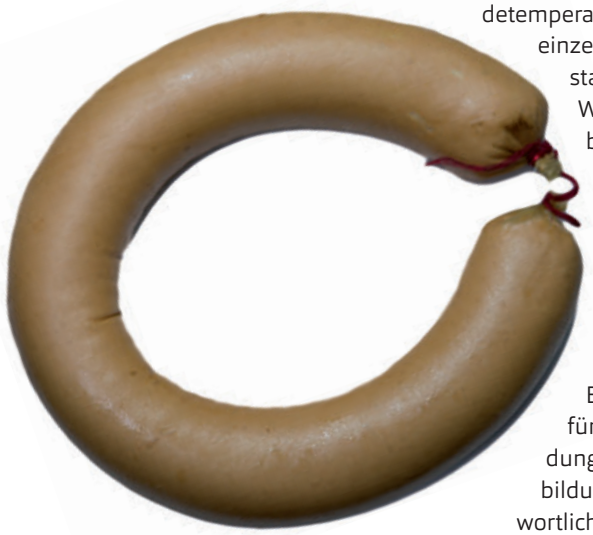
[1] O. A. (2016): Geschmackssache Wundertüte ohne Weck, Worscht und Woi. In: F.A.Z. Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26.02.2016. S. 12.

[2] Vgl. Ternes, Waldemar (2008): Naturwissenschaftliche Grundlagen der Lebensmittelzubereitung. Hamburg.

[3] Vgl. Reichel, Hans (2013): Muskelphysiologie. Wien, Heidelberg.



Mögliche Brühstufen der Fleischwurst.



Auch die unterschiedlichen Siedetemperaturen der einzelnen Bestandteile des Wurstbräts beeinflussen die Qualität der Worscht. Alle Proteine und Ionen des Bräts sind für die Bindung und Gelbildung verantwortlich, allerdings bei unterschiedlichen Temperaturen. Myosin kocht beziehungsweise denaturiert bereits bei 48 Grad, die im Fleischsaft gelösten Proteine denaturieren zwischen 58 und 65 Grad, Kollagen bei 63 Grad und das Aktin schließlich erst oberhalb 70 Grad.[4] Daraus ergeben sich Möglichkeiten die Konsistenz und Wasserbindung zu steuern. Werden die Würste nach dem Befüllen der Därme bei unterschiedlichen Temperaturstufen gebrüht, lassen sich unabhängige Proteinnetzwerke auf molekularer Ebene erzeugen. Textur und Wasserbindung werden besser. Ein erstes Brühen bei 48 Grad lässt Fett schmelzen und durch Myosin emulgieren. Das Brät gleicht sich aus. Ein zweites Brühen um 60 Grad festigt das Myosinnetzwerk, aus Kollagen wird Gelatine, gleichzeitig bilden die Sarkoplasmaproteine ein stark bindendes Gel. Fett und Wasser sind bereits optimal eingebunden und die letzte Brühstufe bis zur Kerntemperatur über 70 Grad dient dann lediglich zur Pasteurisierung (siehe Abbildung auf Seite 129).

Nun noch ein letzter Tipp für Glutamat, das auch in der obenstehenden Zutatenauflistung genannt wird. Glutamat ist das Salz der Glutaminsäure und kommt, obwohl oftmals verteufelt, in allen pflanzlichen und tierischen Proteinen vor. Werden Proteine in ihre Aminosäuren zerlegt, wird auch Glutaminsäure und somit Glutamat freigesetzt.[5] Solch eine Zerlegung entsteht während des Vorgangs des langen Kochens wie es eben beim Brühen der Fall ist. Die zusätzliche Zugabe von Glutamat hat den wünschenswerten Effekt, dass es die Geschmacksrichtung ‚umami' ausbildet. Neben ‚salzig', ‚süß', ‚sauer' und ‚bitter' ist sie die fünfte unabhängige Geschmacksrichtung auf der Zunge, nämlich ‚herzhaft, würzig' und vertieft den fleischigen, würzigen Geschmack. Doch mit diesem Wissen lässt sich Glutamat auch ganz einfach ersetzen: Wird während des Kutterns statt Kühlwasser gefrorene Kühlbrühe verwendet, wäre automatisch fleischeigenes Glutamat eingebracht. Die Kühlbrühe ist für jeden Betrieb einfach herzustellen: Knochen, Haut, Fleischabschnitte werden, eventuell zusammen mit Wurzelgemüse (die dann einen Teil der worschttypischen Gewürze ersetzen) zu einer schmackhaften Umamibrühe, sprich ‚Glutamatbombe' gekocht, gefroren und dem Kuttervorgang beigefügt. Dies ist auch im besten Sinne einer Gesamtverwertung des Tieres. Mehr noch: Die Worschtbrühe enthält darüber hinaus Gelatine, die während des Köchelns aus dem Bindegewebe Kollagen entsteht und nach dem Brühvorgang während des Abkühlens für eine zusätzliche Elastizität und Wasserbindung sorgt. Ein deutlicher Mehrwehrt für die Textur.

Darüber hinaus erzeugt Glutaminsäure in allen Proteinen eine hervorragende Wasserlöslichkeit. Kein Wunder also, dass sie in allen tierischen wie pflanzlichen Proteinen mit Anteilen von mindestens 15 Prozent vorkommt. Im Weizeneiweiß hat sie mit 33 Prozent den höchsten Anteil. Dies ist auch für den Teig des Wecks von Vorteil, denn über den Weizenkleber (Gluten) kann viel Wasser aufgenommen werden. Der Teig ist elastisch, reißt nicht und hält beim Aufgehen und Backen gut zusammen.[6] Nur so wird der gebackene Weck außen knusprig und innen fluffig. Perfekt zur Worscht.

So ist ein Blick auf das molekulare Zusammenspiel – auch wenn er bisweilen etwas unkulinarisch erscheinen mag – selbst bei solch bekannten Genüssen wie Worscht, Weck und Woi erhellend und ermöglicht neue Einsichten für kreative handwerkliche Ideen, ohne das Regionale und damit die Nachhaltigkeit und Tradition außer Acht zu lassen. Die drei Mainzer W lassen sich zweifellos auch – vielleicht sogar besser – ohne Wissenschaft genießen, aber erst die Wissenschaft schafft Würze und einen Ausgangspunkt für neue Herstellungsvariationen. ■

[4] Vgl. Zielbauer, B. I./Viezens, B./Franz, J./ Vilgis, T. A. (2016): Physical Aspects of Meat Cooking: Time Dependent Thermal Protein Denaturation and Water Loss. In: Food Biophysics. Vol. 11. S. 34-42.

[5] Vgl. Vierich T. A./Vilgis, T. A. (2012): Aroma, die Kunst des Würzens. Berlin.

[6] Vgl. Schiedt, Brigitta/Vilgis, Thomas (2012): Teig, Trieb, Textur: Proteine unter Stress. In: Journal Culinaire. No. 15. S. 47-60.





In unserem kleinen Landstrich riecht da halt allerhand zusammen: der Mischwald mit Hutzeln und Eicheln gleichermaßen das Feld mit Krumbeeren und mit reifen Ähren … und die Chemie von Ludwigshafen und das Pirmasenser Leder und die Himbeeren am Haardtrand, wenn sie in der Sonne kochen und ganz süß sind.

Susanne Faschon in: Pfälzer unter sich über sich, 1977, S. 80

Kultur enfaltet

135 **Metropolregion Rhein-Neckar – Allianz für Kulturvisionen**
Thomas Kraus

137 **Pirmasens: Kreativ vom Scheitel bis zur Sohle**
Im Gespräch mit Mark D. Schlick

139 **Ludwigshafen – Stadt der Möglichkeiten …**
Dr. Andrea Lutz-Kluge

142 **Stoff für Erfolgsgeschichten – Mode made in Trier**
Im Gespräch mit Prof. Dirk Wolfes

144 **Unkel – Kulturstadt am Rhein**
Rex Stephenson
Stefan Wichmann
Prof. Dr. Piet Bovy

147 **Der gute Ton – Keramik aus Höhr-Grenzhausen**
Im Gespräch mit Monika Gass

149 **Besonderheiten digital erfasst: Ein Kulturlandschaftskataster entsteht**
Staatssekretär Randolf Stich

151 **Verbrechen als Marke – Regionalbranding in Deutschlands Krimihauptstadt Hillesheim**
Im Gespräch mit Heike Bohn, Monika und Ralf Kramp sowie Manfred Schmitz

156 **Der beste Schliff – Die Edelsteinmetropole Idar-Oberstein**
Im Gespräch mit Kai-Uwe Hille

Metropolregion Rhein-Neckar – Allianz für Kulturvisionen

Thomas Kraus
Leiter des Kulturbüros der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH, Mannheim

Die weltweit einzigartig vielfältige Kulturlandschaft Deutschlands beruht vor allem auf einer Tatsache: Kulturpolitische Entscheidungen liegen hierzulande in der Verantwortung von Kommunen. Das bedeutet jedoch auch, dass Kulturschaffende, Kulturverwaltung und Kulturpolitik selten über ihren kommunalen Rahmen hinaus handeln. Aber unsere Welt verändert sich: Die Lebenswelt vieler Menschen endet nicht mehr an den Grenzen einer Stadt. Wir bewegen uns – im echten Leben wie im virtuellen Raum – in weiteren Bahnen als frühere Generationen. Angesichts schwindender Ressourcen und sich wandelnder Rahmenbedingungen, die ein vielseitigeres Kulturverständnis in einer pluralistischen Gesellschaft und einen verstärkten Wettbewerb mit anderen Freizeitangeboten nach sich ziehen, stellt sich die Frage, wie lange man sich ein Denken in kommunalen Grenzen noch leisten kann. Und verspielt man damit nicht ein erhebliches Potenzial?

Regionale Kulturstrategie überwindet Grenzen

Die Realität ist manchmal paradox: Mit dem Auto oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln dauert es eine Viertel- bis halbe Stunde, um von Heidelberg, Mannheim oder Ludwigshafen zu einer der anderen beiden Städte zu gelangen. Trotzdem nehmen viele Menschen die Wege als wesentlich länger wahr. Das bekommt beispielsweise auch das Festival des deutschen Films in Ludwigshafen – von der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zum ‚schönsten Festival Deutschlands' gekürt – zu spüren. Umfragen des Festivals haben ergeben, dass nur maximal zehn Prozent der Besucherinnen und Besucher aus Heidelberg anreisen.

Tatsächlich gibt es in der Metropolregion beziehungsweise in der Kulturregion Rhein-Neckar viele Grenzen zu überwinden: geografische, politische, kulturelle und finanzielle. Wer sich diesen Ballungsraum im Südwesten Deutschlands anschaut, dem fällt zunächst die Lage über Teilgebiete von Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz auf. Die Heimat von 2,4 Millionen Menschen ist geprägt durch eine ausgesprochene Diversität. Starken Oberzentren wie Ludwigshafen, Mannheim und Heidelberg stehen selbstbewusste Mittelzentren wie Worms, Speyer und Schwetzingen und Kreise, aber auch ländliche Gegenden gegenüber. Die Vielfalt auf politischer und geografischer Ebene spiegelt sich in den kulturellen und religiösen Hintergründen der Einwohnerinnen und Einwohner wider. Unterschiedlich fallen auch die Handlungsspielräume in der kommunalen Kulturförderung aus. Im Vergleich zum pfälzischen und hessischen Teil der Rhein-Neckar-Region sind die baden-württembergischen Kommunen finanziell stärker aufgestellt.

Die Rhein-Neckar-Region braucht also eine regionale Kulturstrategie, die Kräfte bündelt und durch Zusammenarbeit einen Mehrwert generiert. Kooperationen helfen den Beteiligten dabei, sich besser kennenzulernen und auszutauschen. Der beste Weg für die Zusammenarbeit sind gemeinsame und erfolgreich umgesetzte Projekte. Sie bieten die Chance, Arbeitsstrukturen zu entwickeln und beispielsweise durch die gemeinsame Vermarktung eine gesteigerte Aufmerksamkeit für alle Beteiligten zu erreichen.

Kooperationen zahlen sich aus

Damit Kooperationen gelingen, ist es wichtig, neue Ideen zu erarbeiten, die sich die unterschiedlichen Potenziale der Partner zunutze machen. Je attraktiver ein Gemeinschaftsprojekt ausfällt, desto größer ist die Chance, über Sponsoring, Stiftungs- oder Landesgelder die notwendigen Finanzmittel zu akquirieren. Im Folgenden werde ich auf einige Beispiele für erfolgreiche Kooperationen näher eingehen.

Der seit über 20 Jahren stattfindende Kultursommer Rheinland-Pfalz will mehr kulturelle Teilhabe ermöglichen. Über 200 Projekte finden unter einem jährlich wechselnden Motto im ganzen Bundesland statt. Unter dem Dach des Kultursommers erhalten die Veranstaltungen Aufmerksamkeit, die jede einzelne vermutlich kaum erreichen würde.

Metropolregion Rhein-Neckar GmbH

Auftrag der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH ist es, die Region in enger Zusammenarbeit mit den regionalen Akteuren wirtschaftlich, sozial und ökologisch weiter zu entwickeln, sie positiv zu positionieren und bekannt zu machen. Hierzu schmiedet sie Allianzen und bietet eine Plattform, auf der regionale Akteure gemeinsame Vorhaben voranbringen und ihre Kräfte bündeln können. Sie gibt Impulse, entwickelt in ihren Arbeitsfeldern regionale Strategien im Dialog mit den relevanten Gremien und treibt Projekte voran. Auch unterstützt sie regionale Netzwerke und Initiativen, indem sie sie in der Region bekannt macht. Sie sorgt in enger Zusammenarbeit mit den regionalen Partnern dafür, dass die Metropolregion Rhein-Neckar als eine der attraktivsten und wettbewerbsfähigsten Regionen wahrgenommen wird.

Ein weiteres Beispiel ist das Projekt Matchbox, das 2015 vom Kulturbüro initiiert wurde. Es steht für ein künstlerisches Konzept, das von Anfang an regional gedacht und mit vielen Beteiligten umgesetzt wird. Für dieses wandernde Kunst- und Kulturprojekt lädt das Kulturbüro international renommierte Künstlerinnen und Künstler ein, ortsspezifische Projekte insbesondere im ländlichen Raum der Rhein-Neckar-Region mit den dort lebenden Menschen zu entwickeln. Die einzelnen Matchbox-Projekte setzen sich intensiv mit den Gegebenheiten vor Ort auseinander, ergründen Geschichte und Zukunft der teilnehmenden Gemeinden und ermöglichen den Menschen, die beispielsweise als Statistinnen und Statisten, durch Materialspenden und Requisiten, einbezogen werden, eine tiefgehende Identifikation.

Kulturelle Kooperationen über kommunale Grenzen hinweg stiften Identität und tragen zu einer verstärkten Außenwahrnehmung der Region bei. Sie haben auch einen nicht zu unterschätzenden finanziellen Wert. Kulturtouristen geben Geld für Essen, Übernachtungen, öffentliche Verkehrsmittel und vieles mehr aus. Besonders gut lässt sich die sogenannte Umwegrentabilität, also der durch kulturelle Großveranstaltungen generierte volkswirtschaftliche Gewinn, am Beispiel der länderübergreifenden Ausstellung ‚Die Staufer und Italien'[1] veranschaulichen. Sie war von September 2010 bis Februar 2011 in den Mannheimer Reiss-Engelhorn-Museen zu sehen und zählte über 200.000 Besucherinnen und Besucher. Um die Geschichte Europas bedeutendster Dynastie des hohen Mittelalters erfahrbar zu machen, arbeiteten 41 Partner aus Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen zusammen. Der kooperative Kraftaufwand zahlte sich buchstäblich aus: Etwa 64 Euro gab eine Besucherin oder ein Besucher der Staufer-Ausstellung im Schnitt für Gastronomie, Verpflegung und Einkäufe vor Ort aus. Die Gesamtausgaben beliefen sich auf rund 7,8 Millionen Euro. Für Übernachtungen zahlten die Besucherinnen und Besucher insgesamt zusätzlich rund 4,2 Millionen Euro. Das bedeutet alles in allem 12 Millionen Euro auf der Einnahmenseite – bei von der Curt-Engelhorn-Stiftung getragenen Ausstellungskosten in Höhe von 3,5 Millionen Euro.

Man darf angesichts solcher Erfolge nicht vergessen, dass Kooperationen einen langen Atem brauchen. Das gemeinsame Kulturmagazin der Festivals, Museen und Schlösser der Metropolregion Rhein-Neckar, das dreimal pro Jahr und in einer Auflage von 150.000 Exemplaren erscheint, hat eine kontinuierliche Weiterentwicklung hinter sich. Am Anfang stand im Jahr 2007 der Zusammenschluss der 15 Top-Festivals, die ihr Angebot in einem halbjährlich erscheinenden Magazin präsentierten. Im Jahr 2013 folgten 13 Institutionen ihrem Beispiel und schlossen sich zum Netzwerk der Museen und Schlösser zusammen, das ebenfalls eine eigene Publikation herausbrachte. Aus dem Erfolg der beiden Magazine folgte der logische Schluss, ein gemeinsames Magazin aufzulegen und damit die Arbeit dieser beiden starken Netzwerke noch enger miteinander zu verzahnen. Mit dem neu gestalteten Kultur-Printmagazin ist auch ein gemeinsamer digitaler Auftritt der Festivals, Museen und Schlösser an den Start gegangen. Am Anfang stand also nicht die Marketingidee eines Kulturportals, sondern eine Kooperation, die konsequent ausgebaut wurde.

Die Metropolregion Rhein-Neckar ist Heimat vieler erfolgreicher Firmen, namhafter Forschungseinrichtungen, Hochschulen und Kulturinstitutionen sowie lebenswerter Städte und Gemeinden. Diese regionalen Akteure kooperieren eng und bilden eine Allianz starker Partner, die dazu beiträgt, dass Rhein-Neckar einer der wirtschaftlich stärksten und lebenswertesten Standorte Deutschlands ist. Langfristig gedacht gilt: Je höher die Qualität der regionalen Zusammenarbeit, desto eher können Kulturschaffende und Kulturpolitikerinnen und -politiker gemeinsam die großen Aufgaben der Zukunft angehen: Wer ist das Publikum von morgen? Wie können wir gute Rahmenbedingungen für Künstlerinnen und Künstler bieten? Wie schaffen wir ein Bewusstsein dafür, dass Kunst- und Kulturtreibende gesellschaftliche Kräfte sind? Nur drei Fragen, die sich in vertrauensvoller Zusammenarbeit der Partner besser beantworten lassen als von Einzelnen – und Fragen, mit denen sich die Kulturregion Rhein-Neckar in ihrem Strategiepapier, der Kulturvision Rhein-Neckar, intensiv beschäftigt. ■

[1] Vgl. Wieczorek, Alfried/Schubert, Alexander (Hrsg.) (2011): Ausstellung und Tourismus. Die Staufer und Italien. Bilanz der Ausstellung der Länder Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen. Mannheim.

Pirmasens: Kreativ vom Scheitel bis zur Sohle

Im Gespräch mit Mark D. Schlick, Leiter des Amts für Wirtschaftsförderung und Liegenschaften in Pirmasens

Pirmasens steht seit über 200 Jahren für ein nicht wegzudenkendes Kleidungsstück: Schuhe. Dank der hier ansässigen Schuhindustrie zählt Rheinland-Pfalz auch heute noch zu den bundesweit bedeutenden Produktionsstandorten. Immer noch produzieren hier große Marken. Pirmasens ist Sitz der Deutschen Schuhfachschule, einer Fachhochschule und des Internationalen Schuhkompetenz Centrums (ISC). Über den Umgang mit dem traditionsreichen Handwerk und Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft im ländlichen Raum haben wir mit Mark D. Schlick, Leiter des Amts für Wirtschaftsförderung und Liegenschaften in Pirmasens, gesprochen.

ZIRP: **Herr Schlick, würden Sie sagen, das Herz der Menschen in Pirmasens schlägt besonders für Schuhe?**

Mark D. Schlick: Im Grunde schon, wenngleich sich vieles gewandelt hat in der Vergangenheit. Wo wir einst eine Monostruktur ‚Schuhproduktion' vorfanden, sind heute sehr vielschichtige Gewerke entstanden. Viele dieser neuen Branchen haben ihre Wurzeln in der Schuhindustrie, wie zum Beispiel unsere Nischenkompetenz im Sondermaschinenbau, in der Intralogistik, oder der Textil-, Kunst- und Klebstofftechnik. Wir haben nach wie vor ein engmaschiges, weltweit einzigartiges und hochqualitatives Firmennetzwerk rund um das Thema ‚Schuh'.

Wie geht die Stadt mit diesem Alleinstellungsmerkmal um?

Schlick: In der Vergangenheit wurde der Wegzug der produzierenden Schuhindustrie in einem Atemzug mit der Schrumpfung der Stadt und den daraus resultierenden strukturellen Auswirkungen genannt. Insofern hatte das Image der einst prosperierenden ‚Schuhmetropole' im Südwesten gelitten. Die Stadt arbeitet jedoch weiterhin sehr eng mit den verbliebenen Schuhunternehmen am Standort Pirmasens zusammen. Dies drückt sich in einer intensiven Bestandspflege aus, wozu unter anderem Fördermittelberatung, strategisches Liegenschaftsmanagement und Wissenstransfer in Verbindung mit Kontaktanbahnungen zu Forschungseinrichtungen gehören. Das heißt, wir sehen uns weiterhin als Schuhstadt, jedoch in einem völlig neuen Kontext: Unser Ansinnen ist die Zusammenführung von Innovation und Tradition am Standort Pirmasens und dadurch der Traditionsindustrie eine Zukunft in der Stadt zu bieten. Dies gelingt bisweilen über den Aufbau regionaler Netzwerke zu den ansässigen Forschungseinrichtungen und den umliegenden Oberzentren mit ergänzenden Forschungsschwerpunkten.

Ein klares Bekenntnis zur Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort ist die Fachmesse ‚KREATIVVITTI', die 2017 erstmals in Pirmasens stattfinden wird. Woher kam die Initiative zu diesem Branchentreffen?

Schlick: Vor etwa fünf Jahren haben wir begonnen, ein lokales, informelles Kreativwirtschaftsnetzwerk unter dem Namen PS:KREATIV aufzubauen. Dieses Netzwerk trifft sich regelmäßig um sich projektbezogen auszutauschen. Die Leitung dieses Netzwerkes obliegt der Wirtschaftsförderung. Aus diesem Netzwerk heraus bildeten sich konkrete Strukturwandelprojekte heraus: Pop-Up-Stores, Pop-Up-Ateliers, das Art-Café ‚Kunstgenuss' ist daraus erwachsen und vieles mehr. Dieses Netzwerk wurde durch Unterstützung der Zukunftsregion Westpfalz e.V. (ZRW) unter dem analogen Titel WESTPFALZ:KREATIV auf die regionale Ebene gehoben. Durch intensive Gespräche mit der ZRW wurde uns schnell klar, dass wir eine Plattform bauen müssen, um den angestrebten Wissenstransfer zwischen den kreativen Industrien einerseits und den produzierenden Industrien andererseits auch konkret zu vollziehen. Eine Messe in Verbindung mit einer Tagung erachteten wir als ein geeignetes Instrument.

Warum ist Pirmasens der richtige Ort dafür?

Schlick: Pirmasens, konkret das Amt für Wirtschaftsförderung, war und ist die Triebfeder für die organisierte kultur- und kreativwirtschaftliche Bewegung, wie wir sie aktuell in der Region Westpfalz vorfinden. Insofern sollte der Geburtsort dieser Bewegung auch der Austragungsort der Messe werden. Darüber hinaus verfügt Pirmasens über ein Messegelände mit entsprechender Infrastruktur. Jährlich finden dort zahlreiche Verbraucher- und Fachmessen statt, die sich steigender Besucherzahlen erfreuen. In das Segment der sogenannten Special-Interest-Messen passt die KREATIVVITTI bestens hinein. Des Weiteren verfügt Pirmasens über eine sehr vitale Kreativszene, die bis dato etwas unterrepräsentiert war, bzw. bisher noch nicht als marketingstrategischer Faktor wahrgenommen wurde. Wir verfügen in Pirmasens über nahezu ideale Ansiedelungsbedingungen für smarte, kleine Start-Ups, die nicht unbedingt die Metropolen dieser Welt aufsuchen wollen, sondern vielleicht das grenzüberschreitende Biosphärenreservat Pfälzerwald-Nordvogesen bevorzugen, eine schnelle Datenleitung benötigen und günstig mieten oder kaufen wollen. Darüber hinaus stellt Pirmasens für das Einzugsgebiet der Messe die geographische Mitte dar, so dass niemand länger als maximal zwei Stunden Anfahrtszeit einkalkulieren muss.

Welche Ziele verfolgen Sie mit der Messe?

Schlick: Die KREATIVVITTI soll eine Leistungsschau für Innovation, Kultur- und Kreativwirtschaft des Südwestens sein. Über die Messe sollen einerseits die elf Teilbranchen der Kreativwirtschaft untereinander vernetzt und andererseits mit sonstigen Industrien und Dienstleistern zusammengeführt werden. Das Thema Wissenstransfer zwischen Forschung und Entwicklung, Kreativwirtschaft und sonstigem Gewerbe ist ein wesentliches Ziel der Messe. Insbesondere KMU, die sich keine eigene Kreativabteilung in ihrem Unternehmen leisten wollen und können, haben die Möglichkeit, auf der Messe Projektpartner zu finden. In diesem Kontext zu sehen ist auch das Thema Arbeitgeberattraktivität: Um als Mittelständler bei den künftigen Fachkräften auf Aufmerksamkeit zu stoßen, bedarf es einer modernen, zeitgemäßen Ansprache der Generation ‚Y' oder ‚Z'. Dabei sind Homepagedesign, Entwicklung eines Imagetrailers und Corporate Designs, Nutzung der Web 2.0-Medien und Industrie 4.0 genauso wichtig wie ein ansprechendes Arbeitsumfeld. Darüber hinaus sollen junge Menschen dafür sensibilisiert werden, dass man auch in Rheinland-Pfalz und konkret in der Westpfalz auf ein breites Angebot an kreativen Jobangeboten zurückgreifen oder als Kreativ-Gründer in einem passenden Milieu starten kann.

Hat es die Kultur- und Kreativwirtschaft im ländlichen Raum schwerer als im städtischen Umfeld?

Schlick: Das kann man so pauschal nicht sagen. Es kommt immer darauf an, was man als Kreativ-Unternehmen von seinem Umfeld erwartet und daraus macht. Ich persönlich kenne hervorragende Kreativwirtschaftsunternehmen, die in dörflich geprägten, grenznahen Randregionen zuhause sind und sich ein hervorragendes Geschäftsfeld aufgebaut haben. Eines steht allerdings fest: Wenn es um die digitale Infrastruktur geht, sind in der Regel Städte besser ausgestattet als dünn besiedelte ländliche Regionen, so dass die Wahrscheinlichkeit, auf digital affine Unternehmen zu stoßen, in den Städten eine höhere ist als in dörflich strukturierten Gegenden. Ein weiterer Aspekt ist das Zusammenkommen mit anderen Kreativen. Die Netzwerke in Städten sind großteils zahlreicher, umfänglicher und vielschichtiger, was sich wiederum rückkoppelt mit der Urbanität einer Stadt. Wo Kreative sind, bewegt sich etwas, werden neue, unkonventionelle (Zwischen-)Lösungen gefunden. Der Austausch ist rege und der konstruktive und kreative Output dadurch meist hoch, auch hinsichtlich der Inanspruchnahme von Leerständen.

Pirmasens im Jahr 2030 – was sehen Sie, was wünschen Sie sich für den Standort?

Schlick: Mein Ziel ist es, aus der Schuhstadt Pirmasens ein smartes, buntes Mittelzentrum mit stabiler Einwohnerzahl und vielen individuellen, qualitativ hochwertigen Spezialangeboten zu machen. Eine Biosphärenstadt, in der sich kreative Gründer eine Familie ‚leisten' und trotzdem in sicherer, sauberer Umgebung ihr Business erfolgreich voranbringen können. Verfolgen wir unsere Ziele der Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung weiterhin so konsequent wie bisher, besteht die Chance, aus Pirmasens einen Kreativleuchtturm inmitten einer herrlichen Naturlandschaft werden zu lassen.■

Ludwigshafen – Stadt der Möglichkeiten …

… allein es fehlt der Mut! Ludwigshafen ist eine Stadt mit Problemen – wie viele andere deutsche Städte auch. Besonders aber leidet sie unter negativ konnotierten Narrativen: eine schmutzige Industriestadt. Eine stadtplanerisch zerschnittene Stadt. Eine arme und hochverschuldete Stadt. Eine von Leerstand und 1-Euro-Shops gezeichnete Innenstadt. „Es gibt auch schöne Ecken!" – das sagen Ludwigshafener, wenn sie sich als solche zu erkennen geben. Als müssten sie sich für ihre Wohnortentscheidung erklären, sich entschuldigen gar, gehen sie oft in die Defensive.

Vexierbilder der Innenstadt

Bewege ich mich durch die Innenstadt von Ludwigshafen, was regelmäßig der Fall ist, weil ich dort meinen Arbeitsplatz habe, dann nehme ich die Stadt wahr wie ein Vexierbild: Mal drängt sich das Bild der Tristesse in den Vordergrund; doch im nächsten Moment wendet sich das Bild und ich erkenne an vielen Stellen Ressourcen und Potenzial für die Aneignung und Gestaltung von Räumen durch eine Stadtgesellschaft mit zunehmendem Bedürfnis nach Entschleunigung und

Dr. Andrea Lutz-Kluge
Kulturwissenschaftlerin, Professorin für Ästhetische Bildung an der Hochschule Ludwigshafen am Rhein



‚If you can, bring a chair … If you like, bring some food … ' – Studierende im Bachelorstudiengang Soziale Arbeit an der Hochschule Ludwigshafen am Rhein initiierten im April 2016 ein Open Dinner auf dem Ludwigshafener Messplatz.

sozialem Miteinander.[1] Vermeintliche Defizite geraten so zum gedanklichen Spiel der Möglichkeiten: Aus dem massiven Ladenleerstand in der Innenstadt wird potenzieller Raum für soziale Einrichtungen, Bildung und Kultur. Der unbelebte öffentliche Raum um den Berliner Platz und die Fußgängerzone fordert zu Bepflanzung und zur Installation kommunikationsfördernden Stadtmobiliars auf. Die Flachdachbauten im Zentrum böten sich zur Errichtung von Dachgärten an: die Hängenden Gärten von Ludwigshafen, vis-a-vis mit den Hochstraßen, den immobilen Zeugnissen des in den 1970er Jahren verwirklichten Ideals der autogerechten Stadt. Selbst die abbruchgeweihte Hochstraße könnte – aus denkmalschützerischer Perspektive – durchaus authentischen Charme entwickeln. Ließe sich nicht zumindest ein Teilabschnitt konservieren und die Trasse in einen luftigen Höhengarten zum Flanieren und mit Blick über die Stadt verwandeln?[2]

Viele Städte in Deutschland weisen strukturell ähnlich gelagerte Probleme wie in Ludwigshafen auf. Die Innenstädte veröden, die standardisierten Ladenketten langweilen, die unbelebten öffentlichen Räume geraten zu Angsträumen. Die Schulden sind hoch. Die Herausforderungen für den Ausbau der sozialen Infrastruktur sind groß.

Campus Innenstadt – ein Gedankenspiel

Doch wie wäre es, der als Stigma empfundenen gegebenen Situation einmal anders zu begegnen? Statt mit überhöhtem Aufwand und großer Anstrengung in ein Image von Ludwigshafen als vitaler Einkaufsstadt[3] zu investieren, könnte den drastischen Veränderungen der Konzernstadt im Zeitalter globaler Umbrüche ins Auge gesehen und als Modellstadt zu ihrem eigenen soziokulturellen Projekt erklärt werden?[4] Ludwigshafen als gesamtstädtisches Pilotprojekt!

Denn Ludwigshafen hat auch einiges vorzuweisen: Es war eine der ersten Städte, in die in den 1950er Jahren damalige Gastarbeiter zuzogen. Heute lebt in der Stadt gut ein Drittel der Bevölkerung mit sogenanntem Migrationshintergrund. Was in politischen Debatten gern als problematisch kommuniziert wird, ließe sich doch auch ganz anders betrachten: Ludwigshafen verfügt über mehr als 60 Jahre gesammeltes Erfahrungswissen zu Fragen transkulturellen Zusammenlebens von Menschen verschiedenster Herkunft im urbanen Raum. Ein Wissen, welches entsprechend aufbereitet, hohe Nachfrage erfahren dürfte in einer Zeit globaler Migrationsströme. Oder wie wäre es, den Aufstieg und Niedergang der Konzernstadt (nicht etwa des Konzerns!) aus der Perspektive der Stadtbevölkerung zum künstlerisch und/oder wissenschaftlich zu bearbeitenden Thema zu machen? Zudem könnte man sich die Stadtgeschichte selbstbewusst aneignen, statt sich hinter den Mängeln zu verstecken. Wie wäre es, der Frage nachzugehen, was in dieser traditionellen Arbeiterstadt auf dem Sprung zur Arbeitswelt 4.0 passiert? Es ließe sich vor Ort oder in Netzwerken mit anderen Konzernstädten[5] Wissen zum aktuellen Strukturwandel und dessen Auswirkungen auf die Stadtgesellschaft generieren, welches in systematischer und umfassender Form so bisher nicht existiert.

Man könnte sich – gern auch auf Hochglanzbroschüre des Stadtmarketings kommuniziert – verabschieden von der Idee der konsumorientierten Innenstadt. Statt der Hochschule Ludwigshafen am Rhein einen Campus am Stadtrand zu errichten, sollte man diese in die Innenstadt holen und die leerstehenden Ladengeschäfte zu Lehrveranstaltungsräumen ausbauen.[6] Die Schaufenster könnte man bewusst beibehalten und so Bildung zum öffentlich sichtbaren Geschehen machen – als performativ vermittelte Einladung an alle Mitglieder der Stadtbevölkerung, an Bildungsangeboten teilnehmen zu können! Über 4.000 Studierende der Hochschule wären in der Innenstadt unterwegs – das würde die ansässigen kulturellen Einrichtungen beleben, die Kultur- und Bildungsmeile würde in der innerstädtischen Wahrnehmung an Kontur gewinnen. Für Gastronomie und Handel würde diese Strategie vermutlich explosionsartige Impulse setzen: Cafés, Bars, Copyshops, Buchläden, Klamotten-Boutiquen, Schnickschnack-Läden, usw. würden davon profitieren. Soeben als prioritäre Setzung für die Stadtentwicklung verabschiedet käme der Handel als Spin-Off-Effekt der Investition eines in die Innenstadt eingewobenen Hochschulcampus zur Hintertür wieder herein.

In der Arbeit mit meinen Studierenden im Studiengang Soziale Arbeit nehmen das gemeinsame Nachdenken und Diskutieren über die Bedeutung eines lebendigen Gemeinwesens viel Raum

[1] Vgl. Müller, Christa (2015): Sehnsuchtsstadt statt Landlust. In: Akalin, Emine Sahinaz u.a. (Hrsg.): Layering DiverCity. Stadt und Identität in der künstlerischen Forschung. Hamburg. S. 23-32.

[2] Inspirierend hierzu: der High Line Park in New York City. Eine stillgelegte, gut 2 km lange Güterzugtrasse im ehemaligen Meatpacking District im Westen Manhattens, die von 2006 bis 2014 in mehreren Bauabschnitten zu einem öffentlichen Park umgebaut wurde.

[3] „250 Fachgeschäfte und Markenshops zeichnen die Ludwigshafener Innenstadt als Shoppingdestination aus. Rund 100 Gastronomiebetriebe laden in den Bummelpausen zum Verweilen ein." – so der PR-Text auf der Website der Stadt Ludwigshafen. URL: www.ludwigshafen.de/lebenswert/gastronomieeinkaufen/ [14.02.2017].

[4] Mit der Bezeichnung ‚soziokulturell' ziele ich ab auf einen Kulturbegriff, der Kultur als integralen Bestandteil aller Lebensbereiche sowie als ‚soziale Notwendigkeit' des gesellschaftlichen Zusammenlebens meint. Vgl. z.B.: Klein, Armin (2009): Kulturpolitik. Eine Einführung. 3., aktualisierte Auflage. Wiesbaden. S. 188ff.

[5] Vgl. hierzu die stadtsoziologischen (Langzeit-)Studien zum Wandel der VW-Stadt Wolfsburg: Schwonke/Herlyn (1967), Herlyn u.a. (1982), Harth, Herlyn u.a. (2000), Harth u.a. (2010). Vgl. das ‚This ist not Detroit!'-Projekt der ehemaligen Opel-Stadt Bochum, URL: www.schauspielhausbochum.de/spielplan/das-detroit-projekt-2013-2014/ [14.02.2017].

[6] Das Gros der leerstehenden Gewerbegebäude gehört Eigentümern, die weder in Ludwigshafen leben noch arbeiten und dem durch massiven Leerstand verursachten atmosphärischen Schaden für die Stadt gleichgültig gegenüberstehen. Hier müssten dringend die steuerrechtlichen Anreize heruntergefahren werden, die einen Leerstand für Eigentümer attraktiv machen.

Hochschule Ludwigshafen am Rhein

Die Hochschule Ludwigshafen stellt mit rund 4.400 Studierenden eine Institution mittlerer Größe in der vielfältigen Hochschullandschaft der Metropolregion dar. Das Studienangebot umfasst derzeit 39 Studiengänge in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Sozial- und Gesundheitswesen. Ihren Hauptstandort hat sie in der Ernst-Boehe-Straße, in der Nähe der Blies. Für die kommenden Jahre ist hier der Bau eines Hochschul-Campus vorgesehen.

ein. Aus der Disziplin Soziale Arbeit heraus gedacht, gilt die Stärkung von Nachbarschaften als existenziell für die Schaffung eines friedlichen sozialen Miteinanders in der Stadt.[7] Eine staatlich beziehungsweise kommunal verantwortete, belastbare soziale Infrastruktur stellt hierzu eine unumgängliche Voraussetzung dar; das andere ist die Ermöglichung und Unterstützung zivilgesellschaftlichen Engagements. Hierzu braucht es Anlässe und Räume als Foren für Begegnung und Kommunikation, Austausch und Beziehungsaufbau, als Börse fürs Teilen und Tauschen von Wissen und Dingen, als Ort der Initiierung von Aktivitäten im Gemeinwesen – ein bedeutsames Instrument inkludierender Identitätspolitik.

Manchmal braucht es dazu auch gar nicht mehr als ein paar Leute, die initiativ werden: So veranstalteten Studierende des Bachelorstudiengangs Soziale Arbeit im vergangenen Sommer ein ‚Open Dinner' unter dem Motto ‚If you can, bring a chair … – If you like, bring some food …' Etwa 200 Menschen folgten dem Aufruf, alteingesessene Ludwigshafener, Studierende und Flüchtlinge der benachbarten Notunterkunft kamen zusammen auf dem Ludwigshafener Messplatz, direkt unter der nördlichen Hochstraße, und beim gemeinsamen Essen ins Gespräch. Mit Musik und Tanz fand hier – an eben diesem ‚unwirtlichen' Ort – mit einfachsten Mitteln ein ausgelassenes Fest statt!

Das Kulturelle ist sozial und umgekehrt

Ein besonders kreatives Potenzial für Ludwigshafen sehe ich im sich zunehmend dynamisierenden Netzwerkaufbau zwischen sozialen und kulturellen Einrichtungen der Stadt. Es gilt, die Professionen aus den Berufsfeldern des Sozialen und der Kultur näher zusammenzubringen und im transdisziplinären Diskurs Stadtentwicklung, Kunst und Soziales zusammenzudenken.[8] Für Ludwigshafen bedeutet das: Die Arbeit an einer reflektierten Wahrnehmung der Stadt und ihrer Geschichte sowie viel Freude an und Mut zu experimentellen Formen einer am soziokulturell durchdrungenen, lebendigen Gemeinwesen orientierten Stadtgestaltung.[9] Es gilt, Herausforderungen, Schwächen und Wandel in einem positiven Licht zu betrachten und – mittels kreativer Lösungen – selbstbewusst und bewusst in Stärken zu verwandeln. ■

[7] Eine New Urban Agenda der Habitat-III-Konferenz der Vereinten Nationen wurde im Oktober 2016 verabschiedet und soll als politische Richtschnur für die weltweite Stadtentwicklung in den nächsten 20 Jahren dienen. Auf im Vorfeld – weltweit und in Mannheim im April 2016 – stattgefundenen Urban Thinkers Campus wurde die Frage diskutiert, wie sich ‚urban citizenship in a nomadic world' gestalten ließe. Der Notwendigkeit infrastruktureller Stärkung von Nachbarschaften, die sich, in einer Ära des Ankommens und Weiterziehens von Menschen, nicht mehr in traditioneller Form über Jahre und Jahrzehnte hinweg etablieren können, wurde im Mannheim Manifesto ein hoher Stellenwert eingeräumt. Vgl. www.utc-mannheim.de.

[8] Zum komplexen Verhältnis von Kunst und Stadtentwicklung, dessen Potenzial und Grenzen vgl. Holub, Barbara (2010): Für wen, warum und wie weiter? Die Rolle von Kunst im Kontext urbaner Entwicklung zwischen Freiraum und Abhängigkeit. In: dérive – Zeitschrift für Stadtforschung, No. 39.

[9] Vgl. Klein, Armin (2009). S.188ff.

Stoff für Erfolgsgeschichten – Mode made in Trier

Im Gespräch mit Professor Dirk Wolfes, Fachrichtungsleitung Modedesign an der Hochschule Trier

In Deutschland gibt es nur wenige Hochschulen, an denen man Modedesign studieren kann. Ist man hier stolz auf diesen kreativen Studiengang? Prägt er die Stadt? Welche regionalen Bezüge und Anknüpfungspunkte gibt es bei einem so stark internationalen und standortunabhängigen Studiengang? Über diese Themen hat die ZIRP mit Professor Dirk Wolfes, Fachrichtungsleitung Modedesign an der Hochschule Trier, gesprochen.



ZIRP: Herr Professor Wolfes, würden Sie sagen, das Herz der Triererinnen und Trierer schlägt besonders für Mode?

Prof. Dirk Wolfes: Wir erleben die Begeisterung und auch den Stolz der Bürgerinnen und Bürger immer wieder. Ganz unmittelbar und insbesondere natürlich bei den jährlichen Modenschauen. Hier sind die Karten innerhalb von Stunden ausverkauft. Eine Vielzahl an kleineren Auftragsarbeiten für unsere Studierenden von Einwohnerinnen und Einwohnern, die gerne etwas individuell Gefertigtes haben möchten, unterstreichen die Begeisterung. In Gesprächen und Hinweisen erfährt man, dass die Fachrichtung bundesweit bekannt ist und einen extrem hohen Stellenwert genießt. Das erfüllt die Bürgerinnen und Bürger der Region selbstverständlich mit Stolz.

Wie geht die Stadt mit dem Alleinstellungsmerkmal Modedesign um?

Wolfes: Die Stadt Trier – und ich möchte hier ganz bewusst und ausdrücklich formulieren, die gesamte Region – unterstützt die Fachrichtung Modedesign seit vielen Jahrzehnten. Das können Hilfen bei Anträgen sein, aber auch Existenzgründungen und der seit Jahren regelmäßig vergebene Modepreis der Stadt. Einige dieser ausgezeichneten Absolventen haben mittlerweile eigene Label gegründet, die für große internationale Resonanz sorgen (zum Beispiel Marta Jakubowski oder auch Christian Bruns mit seinem Label Moon in Berlin). Wir haben zahlreiche Pro-



jekte mit der Universität durchgeführt und halten Workshops und Vorträge in Schulen. Das Stadtmuseum Simeonstift sammelt, archiviert und dokumentiert sehr umfangreich Abschlussarbeiten und verfügt über Exponate, die in die 50er Jahre zurückreichen. Diese Sammlung ist bundesweit einzigartig. Sie kauft regelmäßig und systematisch Abschlussarbeiten für das Museum an und dokumentiert und begleitet damit wissenschaftlich die Arbeit der Fachrichtung Modedesign. Darüber hinaus unterstützen Geschäftsleute unsere Schauen und die Studierenden seit Jahrzehnten und über Generationen hinweg finanziell und materiell: So gibt es beispielsweise Schmiede, die Corsagen schmieden, und Schreiner, die Accessoires drechseln, Winzer, die für uns Wein abfüllen, zahlreiche Ausstellungen in Läden und bei Einzelhändlern der Stadt.



Welche Kooperationen und Projekte gibt es über die Stadtgrenzen hinaus?

Wolfes: Wir haben zahlreiche Projekte in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsministerium Rheinland Pfalz aufgesetzt. Zum Beispiel das Trachtenprojekt zur Eröffnung des Nationalparks Hunsrück in enger Abstimmung mit den Landesmuseen Mainz und Trier. Des Weiteren besteht eine enge Zusammenarbeit mit der Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz und der Europäischen Kunstakademie. Wir führen gemeinsame Projekte mit der Hochschule Pirmasens und dem dort ansässigen Schuhkompetenz Zentrum ISC durch. Hinzu kommen Modenschauen und Präsentationen in Kaiserslautern. Ebenfalls enge Kooperationen gibt es mit den Handwerkskammern Trier, Koblenz, Kaiserslautern und Rheinhessen. Seit über 20 Jahren pflegen wir engen Kontakt mit dem Wirtschaftsförderverein der Stadt Apolda, die für ihre Strickwaren bekannt ist. Der Verein veranstaltet jedes Jahr einen Workshop, an dem eine Gruppe ausgewählter Studierender unseres Fachbereichs teilnehmen darf. Eine Win-Win-Situation: Unsere Studierenden sorgen für kreativen Input bei den Unternehmen in Thüringen und durch die exzellente praktische Vermittlung haben viele der ehemaligen Teilnehmerinnen und Teilnehmer Anstellungen in großen internationalen Firmen als Strickdesigner gefunden.

Bei aller Regionalität bleibt Mode doch ein internationales Geschäft. Wie werden Sie dem Anspruch an Internationalität am Lehrstuhl gerecht?

Wolfes: Natürlich haben wir neben all diesen regionalen Aktivitäten zahlreiche Kontakte zu ausländischen Instituten – insgesamt 40 Partnerhochschulen. So führen uns Messeausstellungen und Museumskooperationen bis nach China, wo wir speziell in der Region Xiamen, eine Partnerstadt Triers, zahlreiche Projekte durchführen. Unser Motto lautet: Aus der Region in die Welt. ■

Unkel – Kulturstadt am Rhein

Rex Stephenson
Vorsitzender der Entwicklungsagentur Unkel – Kulturstadt am Rhein e. V.

Stefan Wichmann
Mitglied der Entwicklungsagentur Unkel – Kulturstadt am Rhein e. V.

Prof. Dr. Piet Bovy
1. Vorsitzender des Geschichtsverein Unkel e. V.

Wie viele kleine und mittelgroße Städte und Gemeinden – nicht nur in Rheinland-Pfalz, sondern überall in Deutschland – durchlebt auch Unkel am Rhein mit seinen rund 5.200 Einwohnerinnen und Einwohnern wechselhafte, teils schwierige Zeiten. Die Ursachen: demographischer Wandel, die disruptiven Kräfte des Internets, Globalisierung und zunehmende Mobilität. Gleichzeitig hat das drastisch veränderte Konsum-, Freizeit- und Urlaubsverhalten der Menschen jeden Alters und aller Gehaltsklassen während der letzten 20 Jahre die Stadtentwicklung massiv geprägt.

Für Unkel markiert 2006 das Jahr der dringend nötig Wende. Eine Wende in Richtung einer Strategie, die Kultur bewusst instrumentalisiert und als wirksames Mittel gegen den weiteren Niedergang einsetzt. Seither reiht sich wie an einer Perlenschnur eine Initiative an die nächste. Wie bei einem Puzzle passen immer mehr Teile ineinander und werden allmählich zu einem sinnhaften Ganzen.

Aus der Werkstatt der Kultur

Die Chronologie der letzten Dekade in wenigen Sätzen zusammengefasst: Vor ziemlich genau zehn Jahren wurde das Bürgergespräch ‚Belebung der Unkeler Innenstadt' zum Auftakt einer ganzen Reihe von Aktionen, welche die Stadtentwicklung in den darauf folgenden Jahren stark beeinflussen sollten. Mehr noch: Diese Veranstaltung wurde zur Keimzelle für eine breite Bürgerbeteiligung.

Erstes Ergebnis: die Zukunftswerkstatt Unkel mit der herausfordernden Aufgabe, parteiübergreifend ein offizielles Leitbild Unkels zu entwerfen, also ein grobes Bild der angestrebten Zukunft der Stadt. Dazu zählten:

1. Die Positionierung Unkels mit seinen Alleinstellungsmerkmalen.
2. Die Formulierung von Leitlinien in den fünf wichtigsten Handlungsfeldern:
   - Handel, Gewerbe und Dienstleistungen,
   - Freizeit, Tourismus und Information,
   - Bürger, Jugend, Gesundheit und Soziales,
   - Kunst, Kultur und Bildung,
   - Städtebau und Verkehr.

Erst durch dieses strukturierte, zielorientierte Vorgehen der Bürgerschaft war es möglich, die begrenzten (ehrenamtlichen) Ressourcen zu bündeln und effizient einzusetzen sowie das gesamte Handeln auf diese Ziele hin auszurichten. Der Begriff ‚Kultur' war damit zum ersten Mal – zwar erst vorsichtig und zaghaft, aber immerhin – offiziell verankert.

Schon damals war klar: ‚Kultur' ist im positiven Sinne ein sehr weit zu fassender Begriff. Egal ob Brauchtum, bildende oder moderne Kunst, ob Industriekultur oder die Kultur des Weinanbaus – im Kern geht es immer um das Stiften von Sinn und Identität für die Menschen innerhalb eines Kulturkreises.

Viele Events prägen ein Image

Mit Events, die Emotionen wecken, lässt sich wahrnehmbare Kultur für ein breit gefächertes Publikum schaffen. Traditionell ist das Rheinland bekanntermaßen geprägt von Karneval, Wein- und Heimatfesten. Darüber hinaus versuchen seither die Stadt und Unkeler Bürgerinnen und Bürger, gezielt und konsequent neue Impulse zu setzen. Möglichst viele und anspruchsvolle Veranstaltungen sollen das Kultur-Image Unkels mit Leben füllen.

Unkels älteste Event-Reihe des Geschichtsvereins, die Carl-Loewe-Musiktage, hat ihre Wurzeln im Jahr 1995. Viele bekannte Persönlichkeiten lebten in der Vergangenheit in Unkel; so auch der Komponist Carl Loewe (1796-1869), der mit seiner Familie in einem Haus am Rheinufer in Unkel lebte, in dem bereits 1839/40 Ferdinand Freiligrath gewohnt hatte.



Während der Open Air-Ausstellung ‚design + gestaltung am rhein' präsentieren Künstler und Designer aus ganz Deutschland ihre Werke an der romantischen Rhein-Promenade in Unkel.

2007 fiel der Startschuss für ‚design + gestaltung am rhein' in Unkel, einer Open Air-Ausstellung, die zugleich auch Markt ist. Jeweils an zwei Wochenendtagen im Mai präsentieren – ausschließlich professionelle – Künstlerinnen und Künstler sowie Designerinnen und Designer aus ganz Deutschland ihre Werke entlang der malerischen Rheinpromenade. Das Ziel: Unkel als Kunsthandwerksstadt bekannt zu machen und dadurch das Leerstandsproblem zu verringern.

Tausende Besucherinnen und Besucher erleben hier einen bunten Querschnitt aus Kunst, Handwerk und Design: zeitgenössisch, individuell und kreativ. Das Spektrum reicht von Skulpturen, Bildern und Objekten über Gebrauchsgegenstände aus Holz, Metall oder Keramik bis hin zu funkelnden Glasarbeiten, individuellem Schmuck und modischen Accessoires. Dabei sorgen die Organisatorinnen und Organisatoren gemeinsam mit dem Projektteam der Stadt Unkel jedes Jahr aufs Neue für Abwechslung und ein hohes Niveau.

Ebenso hat sich ‚Kunst in Unkeler Höfen' seit zwölf Jahren zu einem Höhepunkt im Kulturkalender des nördlichen Rheinland-Pfalz entwickelt. Die Kulturinitiative des Unkelers Jochen Seidel präsentiert Kunst aus vielen Teilen Deutschlands stimmungsvoll eingebettet in das Ambiente idyllischer Höfe, Gärten und historischer Gebäude an besonders romantischen Orten Unkels.

2015 öffnete die Kreativszene Unkels im Rahmen der Veranstaltung ‚Offene Ateliers' erstmals ihre Türen der Öffentlichkeit.

2011 wurde das Willy-Brandt-Forum in Unkel eröffnet. Das Museum gewährt nicht nur Einblicke in das Leben des Bundeskanzlers und Friedensnobelpreisträgers als Bürger der Stadt Unkel, der hier bis zu seinem Tod gelebt hat. Die Ausstellung dokumentiert auch wesentliche Stationen seiner politischen Karriere anhand aussagekräftiger Objekte und Fotografien, originaler Text-, Film- und Tondokumente. Tausende Besucher – auch aus dem Ausland – besuchen Jahr für Jahr das Willy-Brandt-Forum.

Seit 2013 lädt die Stadt zu den ‚Gartentagen Unkel' vor historischer Kulisse ein mit schönen Dingen für Drinnen und Draußen, für Haus-, Garten- und Lifestyle: Egal ob es die seltene Staude ist, der handgeschmiedete Grill oder die perfekte Gartenschere. Wissenswertes, Vorträge und Führungen für Jung und Alt runden das Programm ab. Auch diese Initiative der (fast) Unkelerin Birgit Körnig aus Rheinbreitbach garantiert Exklusivität und hohes Niveau der Ausstellenden. Nur so lassen sich Attraktivität und eine hohe Anziehungskraft langfristig sicherstellen. Belebt wird die Schau durch Live-Musik im Rahmen der gleichzeitig stattfindenden ‚Ars Fontana' auf drei Bühnen in den malerischen Unkeler Gassen.

Kultur ist auch Organisation

Zu einem wichtigen Meilenstein für die Stadtentwicklung Unkels wurde dann das Pilotprojekt Unkel – Kulturstadt am Rhein e. V., ein ‚bürgerschaftliches Partizipationsprojekt zur kulturwirtschaftlichen Inwertsetzung der Innenstadt', das 2012 mit der Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung startete. Nach nur knapp zwei Jahren mündete dieses Projekt in die Gründung der Entwicklungsagentur Unkel – Kulturstadt am Rhein e. V. Das Ziel: die Attraktivität der historischen Stadtmitte insbesondere durch Kultur und Kunst kontinuierlich zu steigern. Der Ansatz ist durch einen engen Schulterschluss mit Bürgerinnen und Bürgern, Vereinen und Organisationen, mit dem Stadtbürgermeister, dem Stadtrat und natürlich mit der Verwaltung geprägt.

Aus einem Projekt ist inzwischen ein Prozess und eine Daueraufgabe geworden. Mit der Entwicklungsagentur Unkel haben wir eine Organisationsform gefunden, die flexibel und trotzdem stabil und stark genug ist, um komplementär zu allen sonstigen öffentlichen und privaten Institutionen Impulse zu setzen und Bürgerinnen und Bürger zu motivieren, Verantwortung zu übernehmen.

All diese Bemühungen und das gesamte Engagement dienen dem Ziel, Unkel als Kulturstadt zu profilieren. Das Resultat kann sich sehen lassen: Aus vielerlei Perspektiven hat sich die Situation – ausgelöst durch die Kraft der Kultur – deutlich sichtbar verbessert. Die Kulturstadt Unkel am Rhein erlebt nicht nur eine Renaissance als beliebtes Ausflugsziel, sondern steigert auch ihre Qualität als Wohn- und Lebensraum.

Die Leerstandsproblematik der vergangenen Jahre ist inzwischen zum großen Teil gelöst – nahezu alle Geschäftsräume befinden sich aktuell in Nutzung. Die meisten in der Hand von Künstlerinnen und Künstlern. Mehr als 20 Kunsthandwerkerinnen und Kunsthandwerker sowie Künstlerinnen und Künstler sind in Unkel ansässig, mit einem vielfältigen Angebot an Kursen und Workshops, Vernissagen und Lesungen.

Seit 2007 hat die zunehmende Eigendynamik weitere kulturelle Privatinitiativen der Unkeler hervor gebracht. Darunter ‚Die Gitarrenschmiede', das ‚Kulturkino Unkel' und ‚Kunst trifft Politik'. Auch das ‚Rheinschwimmen' des Kanu Clubs und der ‚Dreisprung' des Touristik & Gewerbe Vereins sind wichtige weitere Impulse. Sie haben eine große Bedeutung und immensen Wert für unsere Vision ‚Unkel – Kulturstadt am Rhein'.

Das Ergebnis begeistert schon jetzt: Die Bürgerinnen und Bürger und auch immer mehr Besucherinnen und Besucher orientieren sich zurück in die Stadtmitte. Der positive Stimmungswandel hat die Stadt erfasst und zeigt Wirkung. So ist die Zahl derjenigen, die in Unkel eine Immobilie erwerben wollen, inzwischen merklich größer als das Angebot an verfügbaren Objekten. Auch die Entscheidung des Landes Rheinland-Pfalz im Rahmen des Programms ‚Historische Stadt – Städtebaulicher Denkmalschutz'[1] in Unkel zu investieren, ist sicher darauf zurückzuführen, dass die Bürgerinnen und Bürger ihre Stadt in einen Veränderungsprozess geführt haben und diesen aktiv begleiten.

International gibt es eine ganze Reihe von Vorbildern für erfolgreiche Künstlerstädte und Künstlerdörfer, die sich mit der Zeit einen hohen Bekanntheitsgrad und Einzigartigkeit erarbeitet haben. Zeit braucht auch Unkel, und dazu noch Geduld und Beharrlichkeit. Kultur, soviel lässt sich nach den ersten zehn Jahren Erfahrung sicher sagen, ist ein kraftvoller Hebel, um die Entwicklung unserer Stadt weiter voranzutreiben. Wir sind davon überzeugt, dass wir auf dem besten Weg sind – in eine Zukunft sowohl mit wirtschaftlicher Perspektive als auch mit einer hohen Lebensqualität. ■

Entwicklungsagentur Unkel – Kulturstadt am Rhein e. V.

Die Entwicklungsagentur Unkel – Kulturstadt am Rhein e. V. wurde 2014 gegründet, um die Arbeit des 2012 gestarteten Pilotprojekts Unkel – Kulturstadt am Rhein in einen fortlaufenden Prozess umzuwandeln. Im Mittelpunkt steht die Kooperation zwischen Bürgerinnen und Bürgern mit Ideen und Energie, Vereinen, der Stadt und der Verwaltung. Das Ziel ist es, mit Hilfe angemessener kultureller Ansätze die Attraktivität und die Aktivität in der mittelalterlichen Stadtmitte zu verbessern und dadurch die Lebensqualität und die Qualität der Besuchererfahrung sowie den wirtschaftlichen Erfolg zu erhöhen.
Weitere Informationen: www.unkel.de

[1] Vgl. Ministerium des Inneren und für Sport (o.J.): Programm Überblick: Historische Stadt – Städtebaulicher Denkmalschutz. URL: http://isim.rlp.de/de/unsere-themen/staedte-und-gemeinden/foerderung/staedtebauliche-erneuerung/historische-stadt-staedtebaulicher-denkmalschutz/ [14.02.2017].



‚from the mud' – 2013
Matthias Hirtreiter, München
Steinzeug, aufgebaut, 85 x 40 x 140
Preisgekrönte Arbeit in Keramik Europas/ 13. Westerwaldpreis 2014 (Sammlung KMW/Ankauf mit Unterstützung des Förderkreises des KMW)

Der gute Ton – Keramik aus Höhr-Grenzhausen

Im Gespräch mit Monika Gass, Leiterin des Keramikmuseums Westerwald, Höhr-Grenzhausen

Den Menschen im Kannenbäckerland liegt der Stoff, aus dem international beachtete Kulturgüter entstehen, zu Füßen. Die Region um Höhr-Grenzhausen ist seit Jahrhunderten geprägt durch einen Bodenschatz: Ton. Entstanden ist dadurch ein Wirtschaftsschwerpunkt mit langer Tradition. Mit der Hochschule, einer Berufsbildenden Schule für Keramik, einem Existenzgründer-Zentrum, einem Keramikmuseum, dem Forschungsinstitut für anorganische Werkstoffe Glas/Keramik und dem Europäischen Institut für Feuerfestkunde, das vor einigen Jahren von Bonn in den Westerwald gezogen ist, gilt Höhr-Grenzhausen international als herausragender Standort der Tonverarbeitung und Keramikkunst. Keramische Kunst aus den Ateliers in Höhr-Grenzhausen findet sich in den Museen der Welt wieder. Über Geschichte und Zukunft des Westerwälder Tons und seine Bedeutung für die Region hat die ZIRP mit Monika Gass, Leiterin des Keramikmuseums Westerwald in Höhr-Grenzhausen, gesprochen. Für ihre Leistungen im Bereich künstlerischer Keramik wurde sie 2016 mit dem Verdienstorden des Landes Rheinland-Pfalz ausgezeichnet.

ZIRP: Frau Gass, schlägt das Herz der Region immer noch für Ton?

Monika Gass: Ja, und nicht nur hier! Nach wie vor sind die Westerwälder Tone wichtiges Exportgut. So werden Tone und aufbereitete Tonmassen aus dem Westerwald zum Beispiel in der finnischen Design-Firma Arabia, in der Gmundener Keramik in Österreich, in Italien, Portugal oder

Spanien verwendet. In Rheinland-Pfalz wurden im Jahr 2014 circa 2.642.000 Tonnen Ton gefördert, hinzu kommen Tonnen an Industriematerialien zur Aufbereitung und technischen Verwendung.

Was ist das Besondere am Westerwälder Ton?

Gass: Der lokale Ton ist plastisch, fast frei von Eisen. Deswegen bleibt er im Brand so schön hell und ist bei hohen Temperaturen von 1.280 Grad gut dicht zu brennen. Auch für den klassischen Salzbrand oder experimentelle Holzbrände ist er bestens geeignet.

Wissen die Menschen vor Ort um den Wert von ‚ihrem' Schatz?

Gass: Auch wenn manchmal der Gedanke an traditionell hergestellte Krüge und Pötte überwiegt, wissen die Menschen hier um den Wert des Tons. Der Wandel und die Anpassung der Region an geänderte Marketingkonditionen ist deutlich spürbar und erfolgreich. Die in der Region angesiedelten großen Tonabbaufirmen liefern weltweit, somit bestehen beste Bedingungen für Firmen und Menschen, die in diesem Bereich arbeiten.

Ist Ton ein Material mit Zukunft?

Gass: Definitiv! Nach Aussage der Fachleute reichen die ergiebigen Tonvorkommen noch mindesten für weitere 100 Jahre. Das ist gut so. Denn jeder Deutsche verbraucht im Lauf seines Lebens etwa 35 Tonnen keramischer Rohstoffe und daraus erstellte Industrieminerale – und das nicht nur im Bereich Tisch und Tafel. Auch Fliesen, Mauer- und Dachziegel, Steinzeugrohre, die gesamten Produkte aus dem Bereich der Sanitärkeramik brauchen Ton als Rohstoff. Und ohne Keramik wäre ja auch zum Beispiel die Glas- und Stahlherstellung nicht möglich.

Was macht den Standort Höhr-Grenzhausen zu einem Zentrum für Keramikkunst?

Gass: Die Ausbildungssituation ist dank des Bildungs- und Forschungszentrum Keramik e. V. (BFZK) mit seinen acht Institutionen nicht nur sehr gut, sondern einzigartig! Hinzu kommt, dass viele der ehemaligen Manufakturräume renoviert, familientauglich und bezahlbar sind, sodass Künstlerinnen und Künstler hier ihre Studios einrichten und der Stadt nach ihrer Ausbildung erhalten bleiben. So sind mehr als 30 solcher Studios und Werkstätten hier in Höhr-Grenzhausen ansässig.

Würden Sie sagen, dass Keramik ein Touristenmagnet ist?

Gass: Kunst und Kultur machen eine Region immer attraktiv. Der Geopark und das Keramikmuseum sowie die zunehmende Dichte an Ferienwohnungen und großen Wellness-Hotels machen Höhr-Grenzhausen für Gäste aus dem In- und Ausland interessant. Viele internationale Besucherinnen und Besucher, die Fachwelt, ‚Keramikfans' kommen aber ausschließlich wegen des Museums und der Sonderausstellungen hierher. ■

Katze – 2. Hälfte 18. Jahrhundert
Tierfigur, gebaut, geritzt und geblaut; Salzglasiertes Westerwälder Steinzeug (Sammlung KMW/Schenkung der Kreissparkasse Westerwald)



Besonderheiten digital erfasst: Ein Kulturlandschaftskataster entsteht

Randolf Stich
Staatssekretär im Ministerium des Innern und für Sport des Landes Rheinland-Pfalz

Wer Rheinland-Pfalz mit offenen Augen und Sinnen erlebt, wird entdecken: Unser Land ist reich an kulturellen Schätzen und abwechslungsreichen Landschaften. Hier leben aufgeschlossene Menschen, die gleichwohl ihre Traditionen und regionalen Eigenheiten pflegen. Bei allen Unterschieden zwischen den Regionen, Städten und Dörfern haben wir eine gemeinsame Aufgabe: Die Schönheit und den Reichtum unserer Kulturlandschaften zu sichern, und ihre Besonderheiten weiter zu erhalten. Dabei werden die Stadt- und Regionalentwickler in Rheinland-Pfalz zukünftig durch ein digitales Kulturlandschaftskataster unterstützt, in dem der Bestand festgehalten und Entwicklungspotenziale sowie Pflegebedarf aufgezeigt werden.

Der Begriff ‚Kulturlandschaften' findet vielerorts Verwendung. Für die Kommunalentwicklung sind Kulturlandschaften jedoch mehr als nur bauliche und landschaftliche Gegebenheiten, die von Menschen beeinflusst wurden. Kulturlandschaften ergeben sich aus dem langfristigen Zusammenwirken von Landschaft, Kulturdenkmälern, Traditionen, Bräuchen und historischen Ereignissen. Dabei geht der Ansatz der Kommunalentwicklung bewusst auch über das hinaus, was wissenschaftlich oder fachplanerisch festzustellen ist: Geschichten, Sagen, historische Ereignisse, Dialekte und sogar Kochrezepte prägen Regionen und schaffen Einzigartigkeit. Denkt man an ein Dorf, eine Stadt oder eine Region hat man – im besten Fall – ein Bild vor Augen, das aus zahlreichen Facetten besteht. Dieses Bild ist ein Alleinstellungsmerkmal für jede Region oder Kommune und kann in vielen Bereichen ihrer Entwicklung dienlich sein. Wer dieses Bild langfristig und nachhaltig für sich nutzen will, der muss es entwickeln, sichtbar machen und schützen. Im ersten Schritt ist deshalb festzustellen, wo welche Kulturlandschaftselemente vorhanden sind. Die einzelnen Elemente werden im Kulturlandschaftskataster zusammengeführt. Diese Datenbank – heute selbstverständlich digital und georeferenziert – bietet unterschiedlichsten Nutzerinnen und Nutzern sowie der breiten Öffentlichkeit eine Schnittstelle an.

Anwendungen, zum Beispiel auf Smartphones, können kombiniert mit anderen Datenbanken bestehende Angebote deutlich aufwerten oder ganz neue Erlebniswelten schaffen. Neben dem Tourismus können Kulturlandschaften so ein Werkzeug für das Kommunal- und Regionalmarketing sein. Angesprochen werden Menschen, die sich für eine Region interessieren genauso wie Einheimische, um die Selbstwahrnehmung und damit die Identifikation – ein weicher, aber zentraler Standortfaktor – mit einer Region zu verbessern. Ein weiterer Bereich, in dem Kulturlandschaften genutzt werden können, ist die Vermarktung regionaler Produkte. Herkunft bezieht sich dabei nicht nur auf eine Produktionsstätte, sondern signalisiert Natürlichkeit und Vertrauen in die Herstellung.

In den einzelnen Fachplanungen, aber auch auf lokaler Ebene gibt es eine Fülle an Wissen und Daten über Kulturlandschaftselemente, die oftmals noch nicht in einem digital nutzbaren Format zusammengeführt wurden. Der Aufruf, Kulturlandschaftselemente zu erheben und zu sammeln, richtet sich immer an alle lokalen Akteure und dabei insbesondere an die ehrenamtlich Engagierten, die ihr Wissen an zukünftige Generationen weitergeben wollen. Jede und jeder ist in diesem Prozess wichtig, tragen die Menschen doch dazu bei, dass aus einem Mosaik an Informationen ein unverwechselbares Bild entstehen beziehungsweise entwickelt werden kann. Moderne Informationstechnologien bieten die Möglichkeit, die einzelnen Elemente je nach Bedarf zu kombinieren oder auszuwerten. Durch optimierte Darstellungsformen, zum Beispiel in einer App, wird die Verfügbarkeit und Nutzbarkeit vereinfacht und erhöht.

Kleine Dörfer, große Daten

Ein Kulturlandschaftskataster funktioniert erst dann, wenn Informationen in großem Umfang vorhanden sind. Neben den Fachdaten sollen daher auch eine Vielzahl von Daten mit rein lokaler Bedeutung integriert werden, um eine praxisorientierte Nutzung vor Ort zu ermöglichen. Den

Anfang beim Datensammeln machen derzeit zahlreiche Ortsgemeinden im Eifelkreis Bitburg-Prüm. Im Spätjahr 2014 trat der Landkreis an das Innenministerium mit der Bitte heran, den ‚ZukunftsCheck Dorf' in 100 – aufgrund des großen Erfolges mittlerweile 170 – Ortsgemeinden zu fördern. Diese Überprüfung hat das Ziel, dass möglichst viele Ortsgemeinden sich aktiv mit ihrer baulichen und sozialen Zukunft befassen. Auf Initiative des Innenministeriums wurde die Förderung des ‚ZukunftsCheck Dorf' mit der Auflage verbunden, dass in jeder Ortsgemeinde, die daran teilnimmt, fünf Kulturlandschaftselemente erhoben werden müssen. Mittlerweile hat sich der ‚ZukunftsCheck Dorf' zu einem wahren Erfolgsmodell entwickelt. Ende 2018 werden rund 850 Kulturlandschaftselemente allein im Eifelkreis erfasst sein. Es wird dabei von großem Interesse sein, in welchen Bereichen und in welcher Qualität vor Ort gearbeitet wird, und welche Medien (Film, Bild, Text etc.) verwendet werden. Bisher ist zu beobachten, dass viele kleine Gemeinden die Erhebung als Chance nutzen, sich über ihre eigenen Stärken, ihre Herkunft und Entwicklungschancen Gedanken zu machen. Die Diskussion: „Was ist uns hier wichtig, was macht uns aus?" muss vor Ort geführt werden. Auch dies spricht für die Kulturlandschaften: Nicht nur die spätere Nutzung ist ein Gewinn für die Gesellschaft, sondern schon die Erhebung lädt zum Dialog vor Ort ein.

Für ehrenamtlich Engagierte ist es wichtig, dass ihre Arbeit einen Widerhall findet und Wertschätzung erfährt. Insofern stellte sich für den Kreis als koordinierende Stelle bereits seit Beginn des Prozesses die Frage: Wie können die Ergebnisse zukünftig genutzt werden und in welchem Format sollen sie zur Verfügung stehen? Eine Möglichkeit bietet hier sicherlich KULADIG; eine bestehende digitale Datenbank, die auch grenzüberschreitende Entwicklungen zulässt.

Region mit Wiedererkennungswert

Der Nutzen der Kulturlandschaften und des dazugehörenden digitalen Katasters darf dabei nicht auf einige ökonomische Handlungsfelder reduziert oder lediglich als Erfüllung eines planerischen Handlungsauftrages verstanden werden. Die Erkennbarkeit von Regionen und das Gefühl von Heimat spielen gerade in Zeiten einer hohen räumlichen Mobilität und Standardisierung von Erlebniswelten eine wichtige Rolle. Dies gilt sowohl für Menschen, die schon lange an einem Ort wohnen, als auch für diejenigen, die sich entscheiden, an einem neuen Ort heimisch zu werden. Wiedererkennbare Bilder von Regionen spielen in unseren Vorstellungen eine ganz wichtige Rolle. Orte, die nicht mehr unterscheidbar sind, gehen in der Masse des globalen Wettbewerbs unter.

Heimat bedeutet im positiven Sinne Vertrautheit. Sie kennen zu können ist Voraussetzung, Wandel zu gestalten ohne Identität zu verlieren. In Rheinland-Pfalz bieten unsere liebens- und lebenswerten Dörfer, Städte und Regionen Lebensqualität und Lebensgefühl, das ganz besonders ist; viele meinen: einmalig. Bewahren und Nutzen wir diesen Schatz, um unsere Kommunen als attraktive Wohn- und Arbeitsstandorte zu erhalten und weiterzuentwickeln. ■

Ministerium des Innern und für Sport

Ein Kernbereich der Arbeit im Ministerium des Inneren und für Sport ist die öffentliche Sicherheit. Dazu zählen insbesondere die Leitung und Koordinierung von Polizei und Verfassungsschutz. Hinzu kommt die fachliche Zuständigkeit für Fragen des Brand- und Katastrophenschutzes. Das Ministerium regelt ferner das Recht der Kommunen und vollzieht die Landesplanung, die Kommunalentwicklung sowie die Sportpolitik. Die zentrale Steuerung von eGovernment und IT-Angelegenheiten des Landes erfolgt ebenfalls von hier aus. Dem Ministerium angegliedert ist das Breitband-Kompetenzzentrum des Landes. Bereits seit 2012 steht mit ihm, beziehungsweise seinem Vorläufer, den Bürgerinnen und Bürgern aber auch den Kommunen eine fachlich kompetente Serviceeinheit zur Verfügung. Als direkte Ansprechpartner vor Ort kann auf regional zuständige Breitbandberater zurückgegriffen werden, die kommunale Breitbandprojekte eng begleiten. Sie gehören einem Team in der IT-Zentralstelle im Ministerium an.

Verbrechen als Marke – Regionalbranding in Deutschlands Krimihauptstadt Hillesheim

Im Gespräch mit Heike Bohn, Verbandsbürgermeisterin Hillesheim, Monika und Ralf Kramp, Inhaber des Kriminalhauses in Hillesheim (Ralf Kramp ist auch (Krimi-)Autor und Inhaber des KBV-Verlags) und Manfred Schmitz, Geschäftsführer der Urlaubsregion Hillesheim

Dass sich mit (fiktiven) Verbrechen krimibegeisterte Touristinnen und Touristen erfolgreich anlocken lassen, zeigt das Beispiel Hillesheim in der Vulkaneifel. Hier ließ der Vater des Eifel-Krimis, Jacques Berndorf, einige seiner Handlungen direkt vor der Haustür spielen. Mittlerweile haben weitere Autoren die Eifel zum Tatort ihrer Kriminalromane gemacht. Krimi-Fans wird in Hillesheim seit einigen Jahren viel geboten: Ein Krimiwanderweg führt vorbei an den fiktiven Schauplätzen, im Krimi-Hotel kann man übernachten wie Miss Marple, Lesungen und Führungen lassen in die Welt von Mord und Totschlag eintauchen.

Wir wollen mehr über die Geburtsstunde des Images der Krimi-Hauptstadt und die Pläne für die Zukunft erfahren. Im Café Sherlock[1], inmitten zahlreicher Liebhaberstücke und Requisiten aus berühmten Kriminalgeschichten, treffen wir Verbandsbürgermeisterin Heike Bohn, die Inhaber des Kriminalhauses und Betreiber des Café Sherlock, Ralf und Monika Kramp, und den Geschäftsführer der Urlaubsregion Hillesheim, Manfred Schmitz. Beim Betreten des Cafés merkt man sofort: Hier schlägt das Herz der Krimihauptstadt.

ZIRP: Hat sich die regionale Identität, die Verbundenheit der Bürger mit ihrer Stadt, durch die Vermarktung von Hillesheim als Krimihauptstadt verändert?

Manfred Schmitz: Ganz stark sogar. Interessant ist, dass Hillesheim schon immer solche Beina-



Café Sherlock im Erdgeschoss des Kriminalhauses.

[1] Das Café befindet sich im Erdgeschoss des Kriminalhauses. Das dritte Stockwerk beherbergt die größte deutschsprachige Krimisammlung mit rund 30.000 Bänden.



Monika und Ralf Kramp vor dem Kriminalhaus in Hillesheim

men hatte: ‚Hillesheim, die Beispielstadt', oder ‚Hillesheim, Marktstadt'. Und nun findet eben diese neue Bezeichnung immer öfter Verwendung: ‚Hillesheim – Krimistadt'. Das hat sich in der Umgebung als charakteristisch durchgesetzt. Und die Menschen vor Ort machen mit, indem sie selbst Ideen einbringen und die Angebote nutzen. Bei Krimifahrten mit 45 Gästen sitzen schon mal 30 Hillesheimer im Bus.

Heike Bohn: Wenn die Menschen hier gefragt werden, wo sie herkommen, glaube ich schon, das ganz viele ‚Hillesheim' und ‚Krimihauptstadt Deutschlands' in einem Atemzug nennen.

Ralf Kramp: Die Bevölkerung begleitet das Thema positiv und kommuniziert es auch nach außen. Das Thema ist hier verankert. Das ist gut, denn was nützt das schönste Prädikat, wenn die Bewohnerinnen und Bewohner das nicht realisieren und mittragen.

Die Krimihauptstadt wird unter der Dachmarke ‚Krimiland Eifel' vermarktet. Wie sieht die Zusammenarbeit aus? Inwiefern profitieren Sie von der Dachmarke und wie prägen Sie diese?

R. Kramp: Das ursprüngliche Bestreben war, unter dieser Dachmarke alles zusammenzufassen, was mit ‚Eifel' und ‚Krimi' zu tun hat. Das funktioniert aber nicht so richtig. Wir sind in Hillesheim unglaublich fleißig, was das Thema Krimi betrifft. Außerdem gibt es noch alle zwei Jahre das große Festival ‚Tatort Eifel', das im ganzen Landkreis unterwegs ist und das auch mit jeder Menge Liebe und Mühe gemacht wird. Dann gibt es noch ganz, ganz viele kleine Sachen, die im Großraum Eifel, also auch auf der nordrheinwestfälischen Seite, stattfinden. Am Anfang haben wir noch gesagt, wir müssen das alles unter die Dachmarke packen, wir müssen das fördern, wenn sich jemand engagiert und möchten gerne auch Input bieten. Allerdings ist dann der eine oder andere Versuch im Sande verlaufen, und wir haben festgestellt, es konzentriert sich doch alles irgendwie auf das Hillesheimer Land.

Bohn: Wenn wir die einzigen sind, die solche Aktionen finanzieren, können wir das gar nicht leisten. Wir hätten gerne mehr Kooperationen, aber im Grunde sind die Angebote tatsächlich überwiegend hier in Hillesheim und Umgebung angesiedelt. Das konzentriert sich im Wesentlichen auf wenige Gebäude, und alle zwei Jahre im gesamten Landkreis. Während des Festivals gibt es viele Spielstätten, die 360 Tage im Jahr nichts mit dem Thema ‚Krimi' zu tun haben. Für den Alltag sind wir zuständig.

Sollte das Thema Krimi eifelweit noch besser kommuniziert und die Menschen in anderen Orten noch etwas aktiver werden?

Schmitz: Wir sind selbstbewusst genug zu wissen, dass wir das auch allein gut hinbekommen. Auf der anderen Seite würde ich mir schon wünschen, dass von der zentralen Eifelmarketinggesellschaft etwas mehr Aufmerksamkeit für das Thema gezeigt würde.

Heike Bohn
Verbandsbürgermeisterin Hillesheim



Monika Kramp: Man kann den Krimi aber auch nicht einfach überall in der Eifel drüber stülpen. Das sind bei uns gewachsene Strukturen. Deshalb können wir nicht erwarten, dass an anderen Orten ähnliche Strukturen wie bei uns aufgebaut werden. Das passt bei uns einfach sehr gut.

Wie kommt es, dass Krimiautoren, Sie eingeschlossen Herr Kramp, gerade in der idyllischen Eifel Inspiration für Mord und Totschlag finden?

R. Kramp: Sie haben es ja schon gesagt, die Eifel ist idyllisch. Im Großen und Ganzen ist sie ein unbescholtenes Mittelgebirge wie viele andere auch. Dass sich das so mit den Eifelkrimis entwickelt hat, ist Jacques Berndorf zu verdanken, der seinen ersten Krimi vor bald 30 Jahren hier geschrieben hat. Das war damals kein großer Kunstgriff, das war einfach naheliegend. Er hat hier gelebt und entschieden, die Handlung seines Romans hier zu verorten. Und er hat dann versucht, aus der Idylle die Dinge heraus zu kitzeln, die den spannenden Krimistoff liefern. Dieser Kontrast macht den Reiz aus: Es gibt in der Idylle immer auch etwas, das die Idylle stört. Das Schreckliche wird immer noch schrecklicher, wenn es vor dem Hintergrund des Schönen dargestellt wird. Und darauf lassen sich die Krimiautoren ein. Sie finden es spannend, diese Idylle zu durchbrechen und sich auszumalen, was alles passieren kann, wenn etwas schief geht.

Warum konzentriert sich das touristische Krimiangebot gerade auf Hillesheim?

Schmitz: Das ist aus der Authentizität der Krimis entstanden, die überwiegend, zumindest was die Klassiker betrifft, in und um Hillesheim spielen. Das sind Regionalkrimis, die man anpacken und deren Handlungsorte in der Region direkt wiederfinden kann. Das sind nicht nur Drehorte, wie vielleicht beim Tatort, sondern die echten Spielorte der Geschichten. Und das ist ein Unterschied. Diese Handlungsorte bilden den Ausgangspunkt für das Krimi-Image. So etwas lässt sich nicht konstruieren. Das ist nirgendwo so verwirklicht, nirgendwo so greifbar, wie hier bei uns.

KRIMIHAUPTSTADT HILLESHEIM

Bohn: Die Gäste haben uns ja eigentlich auf das Thema gebracht, denn die sind den Büchern nachgereist. Damit fing alles an. Es war nicht so, dass Michael Preute alias Jacques Berndorf die Krimis geschrieben hat und die Leute sich hier überlegt haben, was man daraus machen könnte. Die Leser kamen mit dem Buch in der Hand nach Hillesheim und haben die Handlungsorte gesucht. Wahrscheinlich ist das Krimi-Image deshalb auch so stabil, weil es natürlich gewachsen ist. Die Gäste haben uns aufgezeigt, dass es einen Bedarf gibt. Erst danach haben wir angefangen eine Infrastruktur zu schaffen, um dieses Bedürfnis zu decken. Wir haben das nicht geschürt oder geweckt. Hinzu kommt, dass es hier Menschen gibt, die das Thema Krimi alltäglich





Besucherinnen und Besucher einer Krimiführung in Hillesheim.

leben und in gewisser Weise verkörpern. Also beispielsweise Ralf Kramp, der ganzjährig in diesem Café anzutreffen ist. Oder andere Autorinnen und Autoren während ihrer Lesungen. Die sind sicht- und greifbar. Ohne, dass es einem besonderen Anlass oder einer besonderen Veranstaltung bedarf, ist Krimi immer hier. Die durchgehende Geschichte rund um das Thema Krimi ist, glaube ich, bei uns einzigartig.

Lassen sich die Krimi-Auswirkungen auf den Tourismus auch in Zahlen messen?

Schmitz: Das ist zum Teil relativ schwierig, denn es lässt sich kaum unterscheiden, welcher Tourist ausschließlich wegen des Krimi-Themas kommt und bei welchem sich das einfach während eines Aufenthalts vor Ort spontan ergeben hat. Aber wir können festhalten, dass sich unsere Gästezahlen gut entwickeln und da wird auch das Krimi-Image seinen Beitrag leisten. Ich würde schätzen, dass die reinen Krimi-Übernachtungen, also zum Beispiel im Krimi-Hotel, so bei etwa 30.000 im Jahr liegen. Bei unseren Krimi-Touren, sowohl die Führungen als auch die Busfahrten, waren es 2015 etwa 10.000 Besucherinnen und Besucher.

Wie haben sich Stadt und Verbandsgemeinde an der Entwicklung des Hillesheimer Krimi-Images beteiligt?

Bohn: Wir waren nie treibende Kraft bei der Entwicklung der Marke, da es hier bereits genügend engagierte Menschen gab. Aber wir haben die Entwicklung immer gerne begleitet, wo wir gebraucht wurden. Das betrifft in erster Linie Unterstützung bei der Vernetzung und bei der Infrastruktur. Außerdem ist die Verbandsgemeinde Hauptfinanzier des Urlaubsregion Hillesheim e. V.

Herr Kramp, wenn Sie jetzt an einem neuen Krimi schreiben, kommt Ihnen da mal der Gedanke ‚Ach, das lass' ich jetzt dort spielen, dann können wir den Wanderweg entsprechend ausbauen'?

R. Kramp: (lacht) Nein, das funktioniert so nicht. In erster Linie habe ich ja eine Handlung im Kopf und die muss natürlich irgendwo spielen. Ich habe ja sowieso schon den Anspruch, möglichst viele authentische Schauplätze mit hinein zu bringen. Diese jetzt auf Teufel komm' raus hier in der Umgebung anzusiedeln, das geht nicht, da müsste ich mich zu sehr verbiegen. So kommt es dann eben auch, dass wie im aktuellen Roman ein Teil der Geschichte in Bad Münstereifel spielt. Wenn ich etwas fertig geschrieben habe, dann gebe ich es aber direkt an die Krimiführerinnen weiter, damit sie es in ihrer Arbeit berücksichtigen können.

Hillesheim steht die Fusion mit der Verbandsgemeinde Gerolstein bevor. Welche Auswirkungen hat dies für Ihr regionales Krimi-Marketing?

Schmitz: In touristischer Hinsicht haben wir uns darauf verständigt, dass wir – noch bevor die vertraglichen Rahmenbedingungen und das Fusionsgesetz in Kraft treten – stärker zusammenarbeiten. Hierfür haben wir bereits die Kommunikation unter dem Arbeitstitel ‚Erlebnisregion Hillesheimer und Gerolsteiner Land' zusammengefasst. Die klassischen Mittelgebirgsthemen Radfahren und Wandern sind Gemeinsamkeiten, die wir zusammen bearbeiten werden. Aber es gibt auch ganz klare Unterschiede in den städtischen Profilen. In Gerolstein liegt der Fokus auf dem Geotourismus in Zusammenhang mit Wasser, unsere Spezialität ist und bleibt der Krimi.

Bohn: Damit die einzelnen Profile nicht aufgrund der neuen Größe der Verbandsgemeinde verwischen, muss das Profil unserer Krimihauptstadt noch weiter geschärft und noch besser kommuniziert werden. Da erhoffen wir uns durch die gemeinsame Kommunikation und Bündelung der Ressourcen sogar eher eine positive Entwicklung. Zudem ergänzen wir uns gut, wir haben Infrastrukturen, die in Gerolstein fehlen, und umgekehrt.

Was muss getan werden, damit die Krimihauptstadt Hillesheim ein zukunftsfähiges Label bleibt?

Manfred Schmitz
Geschäftsführer der
Urlaubsregion Hillesheim



Bohn: Ich glaube, man braucht immer wieder neue Ideen: Sei es nun der Krimibus oder ein neuer Wanderweg. Das Festival ‚Tatort Eifel' ist auch wichtig. Vor allem aber muss es natürlich weiterhin neue Eifelkrimis geben, denn man kann mit den alten nicht ewig neue Besucherinnen und Besucher anziehen. Ein Vorteil ist sicherlich, dass wir genügend attraktive Möglichkeiten für ein ganzes Tagesprogramm haben, auch für Betriebsausflüge zum Beispiel.

Schmitz: Neuerungen sind wichtig, damit die mediale Aufmerksamkeit immer wieder auf Hillesheim gerichtet wird. Außerdem haben wir sehr viele Stammkunden, die auch ab und zu mal etwas Neues kennenlernen wollen. Selbstläufer gibt es nicht. Für uns ist allerdings noch nicht erkennbar, dass das Thema Krimi rückläufig wäre, ganz im Gegenteil. Und dementsprechend müssen wir unsere Ideen auch ein wenig dosieren, Stück für Stück immer mal wieder etwas Neues einführen. Manche unserer Ideen ließen sich innerhalb weniger Tage umsetzen, aber zurzeit ist es eben noch nicht notwendig.

Haben Sie Tipps für andere Kommunen?

Bohn: Sie müssen erkennen, was wirklich besonders ist. Denn dann finden sich Menschen, die das mit Leidenschaft machen, von ganz alleine. Es muss natürlich auch wirtschaftlich tragfähig sein. Und es muss etwas sein, was originär von dort kommt, was es dort schon – zumindest in Ansätzen – gibt, das Blühen möchte und auf dem man aufbauen kann. Wenn Sie etwas zwanghaft überstülpen wollen, dann ist das unfassbar teuer und funktioniert nicht wirklich. Es gab mal die Idee, Hillesheim als Rosenstadt zu etablieren. Daraus wurde nichts, denn hier gibt es keine Rosen und noch nicht einmal gute Bedingungen für ihren Anbau.

Schmitz: Gäste und Kunden erkennen auf den ersten Blick, ob etwas ehrlich oder konstruiert ist. Der Versuch, etwas ohne Grundlage und Ausgangspunkt aufzubauen, ist deshalb zum Scheitern verurteilt. Sie brauchen etwas Greifbares, an dem sie anpacken und das Thema aufziehen können. Das hilft am Anfang dabei, mögliche Zweifler und Kritiker zu überzeugen. Ohne so etwas Konkretes, ist alles erst einmal Theorie und es ist sehr schwer sich vorzustellen, wie das Ganze ausgestaltet werden soll und Leute für das Projekt zu begeistern. ■

Der beste Schliff – Die Edelsteinmetropole Idar-Oberstein

Im Gespräch mit Kai-Uwe Hille, Geschäftsführer der INTERGEM Messe GmbH, Idar-Oberstein



Achate und Quarze – diese beiden Steine standen am Anfang der Edelstein-Industrie im Raum Idar-Oberstein. Erste Achatfunde sind für Mitte des 15. Jahrhunderts belegt. Sie zählen weltweit zu den schönsten ihrer Art. Edelsteine haben der Region Idar-Oberstein seither Glanz und Wohlstand verliehen – und üben noch heute Anziehung auf nationale und internationale Gäste aus. Über die Bedeutung der Schmuckindustrie für die Region haben wir mit Kai-Uwe Hille, Geschäftsführer der INTERGEM Messe GmbH in Idar-Oberstein, gesprochen.

ZIRP: **Herr Hille, schlägt das Herz der Region immer noch für Edelsteine?**

Kai-Uwe Hille: Ja, sicherlich. Idar-Oberstein hat einen weltweiten, einzigartigen Ruf und darauf sind die Menschen hier sehr stolz. Der über Generationen gewachsene Erfahrungsschatz, gerade beim Facettieren von Edelsteinen in allen Arten, Schliffen und Besonderheiten trägt dazu bei, die überragende Stellung der Region Idar-Oberstein in der Branche zu sichern.



Wie prägen Schmuck und Edelsteine die Region?

Hille: Edelsteine und Schmuck prägen in Idar-Oberstein das Stadtbild und die touristischen Highlights. Hierdurch wird die regionale Identität gestärkt. Die Region ist durch ein hohes Maß an Kreativität, Begabung und Leidenschaft für die Themen Edelsteine und Schmuck charakterisiert.

Wie wirkt sich die nationale und internationale Ausrichtung des Kompetenzzentrums Idar-Oberstein auf die Region aus?

Hille: Durch die Etablierung einer national und international agierenden Dienstleistungsinfrastruktur mit der Deutschen Gemmologischen Gesellschaft e. V. (DGemG), der Diamant Prüflabor GmbH sowie der Deutschen Stiftung Edelsteinforschung ist Idar-Oberstein zu einem Kompetenzzentrum für die Edelstein- und Schmuckindustrie avanciert. Zahlreiche qualifizierte Arbeitsplätze sind dadurch entstanden. Der Ausbildungssektor umfasst den an die Hochschule Trier angegliederten Campus Idar-Oberstein mit der Fachrichtung ‚Edelstein und Schmuck' sowie die Landesfachklassen der Berufsbildenden Schule Technik für Gold- und Silberschmiede sowie Edelsteinfasser.

Bereits zum 32. Mal lockte die INTERGEM Fachbesucher sowie Einkäufer nach Idar-Oberstein. Wie wichtig ist die Messe für den Standort?

Hille: Sehr wichtig. Unsere Strategie, die INTERGEM als den bedeutendsten Marktplatz für feinste Steine, Edelsteinschmuck und Zubehör in Europa zu profilieren, werden wir weiterverfolgen und stärken somit den Standort. Fachmessen haben es aktuell nicht leicht, trotzdem konnten wir 2016 über 200 Einkäufer mehr als im Vorjahr in Idar-Oberstein begrüßen. Das ist ein sehr positives Signal. ■



Impressum

Kultur prägt. Region und Identität in Rheinland-Pfalz

Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz (ZIRP) e.V.

Auf der Bastei 3
55131 Mainz
Telefon: 06131 16-5687
Telefax: 06131 16-2554
E-Mail: mail@zirp.de
www.zirp.de

Vorsitzende: Margret Suckale

Stv. Vorsitzende: Ministerpräsidentin Malu Dreyer

Geschäftsführerin: Heike Arend

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung inklusive der Bildrechte liegt bei den Autorinnen und Autoren des jeweiligen Beitrages. Die ZIRP übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, Genauigkeit und Vollständigkeit sowie für die Beachtung der Rechte Dritter. Jegliche Vervielfältigung oder Verwertung – auch auszugsweise – bedarf der vorherigen Zustimmung der ZIRP. Einige der in diesem Band abgebildeten Grafiken – auch die aus anderen Quellen entnommenen – wurden dem Layout dieser Publikation angepasst. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde in einigen Texten auf die gleichzeitige Verwendung von männlichen und weiblichen Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

Verantwortlich: Heike Arend

Projektleitung: Daniela Hartmann

Redaktion und Lektorat: Daniela Hartmann, Annika Schanne, Corinna Würzberger

Satz: Nadja Anthes-Ploch

Fleuronné-Initialen: Gundela Kleinholdermann

Layoutkonzept, Infografiken (S. 22-24, S. 53) und Wortwolken (S. 25, S. 73, S. 123): schelenz.design

Druck: DRUCKSTUDIO GALLÉ GMBH

Erscheinungsdatum: April 2017

Bild- und Fotonachweise:

S. 7	ZIRP/Angelika Stehle
S. 9	MWWK Rheinland-Pfalz
S. 15	Staatskanzlei Rheinland-Pfalz/ Elisa Biscotti
S. 18	ZIRP/Michael Geiß
S. 21	BASF SE
S. 30	rzoeller/pixelio.de
S. 33	GDKE Rheinland-Pfalz
S. 37	Karl Marx 2018 - Ausstellungs-gesellschaft mbH
S. 38/40	Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e. V.
S. 42	Ingo Cordes, Reilingen
S. 44	Zweckverband Welterbe Oberes Mittelrheintal
S. 47	Uwe Rose, Hergenroth
S. 48	Ruth Häbel, Bad Marienberg
S. 55	Bistum Mainz
S. 57	Evangelische Kirche der Pfalz
S. 60	Deutsche Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz/Hardy Müller
S. 62	Landesverband der jüdischen Gemeinden Rheinland-Pfalz
S. 65	Schura Rheinland-Pfalz, Landesverband der Muslime
S. 72	Dr. Georg Drenda
S. 74	Vitus Töpel
S. 76	Are Musik Verlag
S.77/78	Traboldphoto
S. 89	Musikakademie St. Goar
S.91/92	Herbert Piel/PIELmedia
S. 94	RPR1.
S. 101	Landesstiftung Villa Musica Rheinland-Pfalz
S. 103/104	Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH/ Dominik Ketz
S. 106	Rheinisches Landesmuseum Trier, GDKE Rheinland-Pfalz, Thomas Zühmer
S. 112	Nico Schnepf
S. 113	Volker Gallé
S. 121	Justyna Krzyzanowska
S. 124	Stadt Bad Dürkheim
S. 127	Stiftung Kulturlandschaft Rheinland-Pfalz
S. 129	Prof. Dr. Thomas A. Vilgis, MPI für Polymerforschung
S.130	Jörg Klose, Freiburg
S.139	Prof. Dr. Andrea Lutz-Kluge
S.142/143	Nino Gorgadze
S. 145	Entwicklungsagentur Unkel - Kultur stadt am Rhein e. V.
S. 147	Keramikmuseum Höhr-Grenzhausen/ baumann fotostudio gmbh
S. 148	Keramikmuseum Höhr-Grenzhausen
S. 151/153	Kriminalhaus Hillesheim
S. 152	oben: Kriminalhaus Hillesheim unten: Nina Mathar
S. 154	Tourist-Information Hillesheim/Molter
S. 155	Tourist-Information Hillesheim
S.156	Intergem Messe GmbH



www.zirp.de