

Zehn.Minuten

05 | März 2021

Welche Wechselwirkungen zwischen Kultur und Tourismus sowie zwischen Kultur und Wirtschaft bestehen und dass Kultur Auslöser und Träger des Wandels einer Region über die Zeit ist, waren Themen der vierten und abschließenden Fachtagung am 27. Januar 2021 im Projekt „Kulturregionen in Rheinland-Pfalz“. Kultur ist ein Bewegter für viele andere regionale Prägungen und Wirtschaftsbranchen. Sie bewegt die Geschichte der Regionen und gibt ihnen Geschichten für die Zukunft. Sie ist Ausdruck des Wandels und löst zugleich Wandel aus.

Standortfaktor Kultur

Zur Bedeutung von Kultur für den ländlichen Raum führte Harald Pitzer, Beigeordneter Landkreistag Rheinland-Pfalz, aus: Lange habe es den Anschein gehabt, dass die Landkreise Kultur nicht als eigenständigen Standortfaktor wahrgenommen. Dies habe sich in den letzten Jahren glücklicherweise geändert. Immer mehr Landkreise erkennen und nutzen das Potenzial, das Kultur ihnen biete. Er forderte:

„Kulturelle Aspekte der Region müssen zu jeder Kreisentwicklungsplanung gehören. Das Ziel sollte eine eigene Kulturstrategie als Bestandteil jeder Kreisplanung sein.“

Aus Sicht des Landkreistages sollte Kulturförderung Pflichtaufgabe sein. Kultur sei ein bedeutender Standortfaktor, ergänzte Rainer Zeimentz, Vorstand der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz. Kultur sei Auslöser und Träger des Wandels einer Region sie stärke das Bewusstsein für die Besonderheiten der rheinland-pfälzischen Regionen und fördere die Profilbildung.

Netzwerk für Wertschöpfung

Die touristische Attraktivität von Rheinland-Pfalz spreche dafür, die Nachfrage im Kulturtourismus weiter auszubauen. Dafür stehe die [Tourismusstrategie Rheinland-Pfalz 2025](#), erklärte Jasmin Koch, Projektmanagerin Geschäftsfeld Kultur bei der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH. Sie sieht den

Aufbau selbstorganisierter Netzwerke vor, mit dem Ziel, durch Tourismus die regionale Wertschöpfung zu steigern.

„Es soll ein großes Mehr an Wertschöpfung durch gemeinsame Vertriebs- und Marketingmaßnahmen geschaffen werden. Dies ist für den Tourismus und die Kultur, besonders in diesen schweren Zeiten essentiell“,

betonte Koch. Gerade die aktuelle Situation zeige, dass Netzwerke resilenter gegenüber Disruptionen von außen sind, weiß Matthias Burzinski, Projektleiter bei Projekt2508. In diesem Zusammenhang habe sich der [Masterplan Netzwerk Kultur](#) für Rheinhessen als Instrument bewährt, um Netzwerke und Schnittstellen zwischen Kultur und Tourismus zu bilden. Ein zentraler Bestandteil des Masterplans sei es, die Stadt-Land-Beziehungen und die Binnenverhältnisse von Kultur neu zu denken. Die Kulturmarke Rheinhessen müsse ganzheitlich als Standortfaktor gesehen werden. Burzinski appellierte:

„Die interne Gestaltungskraft und Handlungsfähigkeit müssen gestärkt werden, damit sich krisenhafte Situationen zukünftig nicht wieder so durchschlagend auf die Kulturwirtschaft auswirken.“

Rudolf Felgner, Tourismus Service Center der Verbandsgemeinde Rhein-Selz, präsentierte das Vorhaben, Kultur und Tourismus enger zu verzähnen: Mit dem Konzept „Kooperation-Kirche-Kultur-Konzert-Kommunen-Kulinarik“ bewarb sich die Verbandsgemeinde Rhein-Selz erfolgreich um die Förderung im Wettbewerb „Tourismus mit Profil“ des rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministeriums. Das Projekt unter der neuen Dachmarke „KulturSINN Rhein-Selz“ verbindet ausgewählte Kirchen mit Kulturveranstaltungen, Gastronomie und Winzern und bereichert das vielfältige Kulturangebot der Verbandsgemeinde. Es wird so attraktiv ausgestaltet, dass es für Touristen ein besonderer Anziehungspunkt wird:



„Kultur als Standortfaktor funktioniert nur über Netzwerke. Wenn Mittel und Wissen gebündelt werden, profitieren alle Partner.“

Jasmin Koch,
Projektmanagerin Geschäftsfeld
Kultur, Rheinland-Pfalz Tourismus
GmbH



„Altes zu bewahren und Neues zu ermöglichen – darin sehen wir unsere Aufgabe in der Kulturförderung.“

Christian Göbel,
Sparkasse Trier

„Über das Netzwerk mit Partnern aus dem Tourismus, der Kultur und regionalen Produzenten fördern wir die touristische Profilbildung, Identitätsentwicklung und langfristig die Steigerung der Wertschöpfung.“

So könnte ein kulturtouristisches Projekt als Markenzeichen weit über die Region hinaus strahlen und damit nachhaltig für die kulturelle Attraktivität und Lebensqualität einer Region werben.

Wir-Gefühl durch Kultur

Einblick in die unternehmerische Kulturförderung gab Dorine Wolf, Kulturreis der deutschen Wirtschaft im BDI e.V.:

„Unternehmen fördern in erster Linie aus der Motivation der gesellschaftlichen Verantwortung heraus. Dabei ist regionale Wirksamkeit wichtig. Die Mehrheit der Unternehmen fördert lokal und regional.“

Dies bestätigte Simon Geib, Gienanth GmbH in Eisenberg. Unter dem Motto „Historie erhalten, Kunst erschaffen, Region prägen“ fördert das Unternehmen die Instanzhaltung und Zugänglichkeit des historischen Landschaftsparks in Eisenberg/Pfalz sowie die künstlerische Arbeit in der Region.

„Mit unserer regionalen Kulturförderung stärken wir das Wir-Gefühl der Kolleginnen und Kollegen und das hat einen absolut positiven Impact auch auf die Mitarbeiterzufriedenheit.“

Christian Göbel, Sparkasse Trier, schließt sich an: Unternehmerische Kulturförderung lebe von der Kreativität in der Region. Deswegen unterstützt der Sparkasse Trier Vereine, Organisationen und Kulturschaffende dabei, die Vergangenheit lebendig zu halten und Neues zu gestalten.

Der Geist des Fortschritts

Am Beispiel der Sayner Hütte veranschaulichte Steffi Zurmühlen, Geschäftsführerin Stiftung Sayner Hütte, wie ein ehemals vergessenes, geschichtsträchtiges Areal, zu einem lebendigen Ort werden kann, der gleichzeitig Industriegeschichte erzählt, Touristen anzieht und Begegnung für die Menschen der Umgebung ermöglicht. Nur mit Geduld könne eine neue Identifizierung mit dem Ort geschaffen werden und die Akzeptanz in der Bevölkerung wachsen. Dazu gehöre ein Programm, das die Synergien zwischen Industrie und Kultur verdeutliche:

„Der Geist des Fortschritts, der die Sayner Hütte seit jeher prägt, spiegelt sich in dem Veranstaltungsprogramm und den Ausstellungen wider. So kann der bedeutende Charakter der denkmalgeschützten Eisengießerei mit zeitgemäßen Inhalten gefüllt werden.“

Kultur als Ausdruck des Wandels macht sich auch die Stadt Bacharach zu eigen, um die Stadt für Touristen und die Bevölkerung attraktiv zu machen. Dabei präsentiere sie sich als weltoffene und tolante Kommune. Dazu gehören auch unkonventionelle Schritte, schildert Rainald Kauer, zweiter Beigeordneter der Stadt. Er verwies stolz auf das große ehrenamtliche bürgerschaftliche Engagement, auf die hohe Vereinsdichte und die vielen Privatinstitutionen. So sei das Theaterfestival „An den Ufern der Poesie“, das öffentliche Räume besetzt, nicht nur ein besonderes Erlebnis, sondern auch Ausdruck einer Stadt mit ihrer herausfordernden Vergangenheit: Unbequeme Themen wie Verfolgung, Fremdenhass, Antisemitismus und Diskriminierung werden ungeschminkt angesprochen und dargestellt. Damit holt das Theaterfestival die geschichtliche Verantwortung ins Bewusstsein und macht die Besucherinnen und Besucher zum Teil der Auseinandersetzung mit dem hier und heute. Bacharach könnte ideales Reallabor für kulturelle Entwicklungen sein und Impulse für andere Städte und Gemeinden geben.



„Die Menschen, die Lage und die Geschichte von Bacharach liefern täglich Impulse für Identität, Kultur und Leben im ländlichen Raum.“

Rainald Kauer,
Zweiter Beigeordneter der Stadt
Bacharach