

Netzwerke in ländlichen Regionen

**Vortrag im Rahmen des Kaiserslauterner Forums
zum Thema „Kulturregionen - Regionale
Vernetzung und Organisation“**

am 13. November in Kaiserslautern

von

Prof. Dr. Gabi Troeger-Weiß



I

Rahmenbedingungen für die regionale und kommunale Entwicklung insbesondere in ländlichen Räumen

Ländliche Räume zeichnen sich durch eine hohe Heterogenität und Vielfalt aus

„Den“ ländlichen Raum gibt es nicht – vielmehr verschiedene Typen:

- Ländliche – periphere, strukturschwache ländliche Räume
- Ländliche Regionen im Umfeld von Verdichtungsräumen
- Agrarisch geprägte ländliche Räume
- Touristisch geprägte ländliche Räume
- Ländliche Räume mit hoher wirtschaftlicher Entwicklungsdynamik – Wachstumsmotoren
- Ländliche Räume als Schrumpfungsregionen
- Grenzregionen

Rahmenbedingungen der regionalen und kommunalen Entwicklung

- **Globalisierung** – hohe Mobilität von Unternehmen - Ressourcen
- **Europäisierung** – Trend zu „Nations first“
- **Demographischer Wandel**: Migration, Reurbanisierung
- **Ökonomischer Wandel** – Schlüsselindustrien im Wandel, Grundeinkommen, Entstehung neuer Branchen (Gesundheit, Ökologie u.a.)
- **Finanzstruktureller Wandel** (Solidarpakt, Länderfinanzausgleich, europäische Strukturfonds, Schuldenbremse, Privatisierung öffentlicher Aufgaben)
- **Klimawandel** als Querschnittsthema
- **Mobilität** und deren Wirkungen auf Branchen und Berufszweige
- **Agrarwende**

- **Investitionsstaus** der Kommunen – schnelle Realisierung von Investitionen als Herausforderung
- **Privatisierung** (Krankenhäuser, Wasserversorgung u.a.)
- **Gesellschaftlicher Wandel und Wertewandel** gegenüber materiellen Werten und Sachwerten bei der jungen Generation
 - work-life-Balance
 - Small is sexy
 - Teilen statt besitzen – sharing economy
- Zunahme des Anspruchs auf **Mitsprache und Mitentscheidung** breiter Bevölkerungsgruppen – Akzeptanz großer Infrastrukturprojekte
- **Digitalisierung**

Kernthemen für die Entwicklung ländlicher Räume:

- Demographie: Bevölkerungsentwicklung und Daseinsvorsorge
- Marken- und Imagebildung – Regionalmarken – **Kultur**
- Standortsicherung (Unternehmen und Hochschulen)
- Innovation, Bildung und Wissenschaft
- Mobilität/Verkehr
- Lebensqualität, Gesundheit, Freizeit und Tourismus - **Kultur**
- Heimatbewusstsein, Identität, Vernetzung und Netzwerke – **Kultur**

- **Kultur als Querschnittsthema**

Fazit:

- Bedeutungsgewinn von **informellen und kommunikativen Prozessen – Bedeutungsgewinn von Netzwerken**
- Zunahme des Anspruchs **von Beteiligung, Mitsprache und Teilhabe** breiter Bevölkerungsgruppen an politischen, wirtschaftlichen und planerischen Entscheidungen innerhalb und außerhalb etablierter Organisationen – **Bedeutungsgewinn von Netzwerken**
- **Geringe Akzeptanz** von (großen) Infrastrukturprojekten insbesondere in den Bereichen Energie und Verkehr, jedoch **hohe Akzeptanz von Projekten im Bereich Kultur** (Museen, Opernhäuser, Großevents für modere Musik – Rock im Park u.a.)

II

Die Bedeutung von Netzwerken für ländliche Räume

Netzwerke – was ist das?

Kommunale und regionale Kooperationen in der Regel aus mindestens zwei, meist aber mehreren Gebietskörperschaften sowie privaten Organisationen, Unternehmen u.a.

Grundprinzipien von Netzwerken

- Freiwilligkeit der Zusammenarbeit
- Zusammenarbeit in räumlicher und organisatorischer Hinsicht, z.B. bei Infrastruktureinrichtungen, Gewerbeflächenpools, im Bereich der Daseinsvorsorge (Schulen, Einzelhandel, Bauhöfe u.a.) oder im Bereich der Kultur
- Zusammenarbeit in funktionaler und/oder organisatorischer Hinsicht, z.B. in Gestalt von Regionalkonferenzen, Regionalforen, Regionalmanagement-Initiativen u.a.

Anlass für Netzwerke

- Effektivere und effizientere Bewältigung von Infrastrukturaufgaben im interkommunalen Verbund – im Bereich der Kultur beispielsweise bei Museen, Theater oder Orchestern
- Ressourcenengpässe auf kommunaler Ebene in personeller und finanzieller Hinsicht
- Aktionsraum der Bevölkerung geht über eine Kommune hinaus (z. B. Stadt-Umland-Zusammenarbeit)
- Bedeutungsgewinn von Förderkulissen auf regionaler Ebene (z. B. EU-Regional- und Strukturpolitik, GRW, etc.) – zumeist Verbundförderung von mehreren nationalen oder europäischen Gebietskörperschaften

Gründe für die zunehmende Notwendigkeit von Netzwerken und Kooperationen

- Komplexität der Themen in fachlicher Hinsicht (Kultur, Gesundheitswesen, technische Infrastruktur – Ver- und Entsorgung – Energie u.a.)
- Wirkungsspektrum der Themen in fachlicher und regionaler Hinsicht
- Internationalität der Themen (Kultur, insbesondere im klassischen Bereich der Musik sowie bei Ausstellungen zunehmend geprägt von internationalem Wettbewerb)
- Leistungsfähigkeit der Kommunen (gerade im ländlichen Raum) in personeller und finanzieller Hinsicht



III

Handlungsansätze



Kultur erfordert Netzwerke

**Kultur erfordert Kulturmanagement mit Leitlinien und
konkreten Maßnahmenpaketen**

Leitlinien für das Kulturmanagement

- (1) Verzicht auf den Anspruch von Verteilungsgerechtigkeit bei gleichzeitiger Stärkung der interkommunalen und regionalen Kooperation (z.B. Themenstraßen; Museumsstraßen – Vernetzung)
- (2) Vorsichtige Privatisierung
- (3) Ex ante Marktforschung und Nachfrageanalysen – Verschiebungen aufgrund der Altersstruktur der Bevölkerung
- (4) Mut zu Experimenten insbesondere im Hinblick auf Museumsdidaktik
- (5) Managing Diversity (Vielfalt akzeptieren) – neue Themen aufgreifen
- (6) Denken in Interkommunale Kooperation und Regionalität;
- (7) Multifunktionalität der Infrastruktur
- (8) Innovative Organisationsstrukturen und Eigeninitiative

Strategien

- **Kulturelle Dienstleistungen und Angebote zu den Menschen bringen** (service to people), z.B. in Supermärkten, mobile Museen, Ausstellungen, Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel u.a.
- Menschen haben die Möglichkeit **zentrale Orte zu erreichen – Stärkung der Mittel- und Oberzentren** (people to service), z.B. durch Bürgerbusse
- **Standortsysteme und Knotenpunkte** für Einrichtungen der Kultur
- **Entwicklungs- und Fachkonzepte** auf regionaler und kommunaler Ebene (z.B. regionale und kommunale Kulturkonzepte) mit Alleinstellungsmerkmalen („**die**“ Kultur gibt es nicht)
- **Nutzung ehrenamtlichen Engagements und Bürgerbeteiligung**
- Unterstützung von **Persönlichkeiten** als Projekt-Treiber

Aktives und professionelles Kulturmanagement – Projekte

- Kulturkonzepte auf der Ebene der Landkreise und Regionen
- Nutzung von Pilotversuchen: mobile Kultur, digitale Kultur
- Regionale Kalender von Kultureinrichtungen und Kulturevents
- Kultur als Träger zur Verbesserung des Images einer Region – Einbindung in Image- und Dachmarkenprozesse
- Nutzung von Modellprojekten des Landes und des Bundes
- Aufbau von Regionalbudgets für Kultur
- Ausbau der wissenschaftlichen Einrichtungen (außeruniversitäre Forschungseinrichtungen z.B. auch im Bereich der Kultur oder der Museen)
- Projekt „Hochkultur auf Industriebrachen“ (vgl. Guggenheim-Museum in Bilbao und die ökonomischen Wirkungen)

Netzwerk „Regionalmarketing und Kulturmarketing“

- Alleinstellungsmerkmale auch im Bereich Kultur
- Zielgruppe Bevölkerung – Identitäten
- Zielgruppe Unternehmen
- Bedeutung der Kultur als Bleibe- und Haltefaktor

Netzwerk „Regionalmarketing und Kulturmarketing“

Wichtig:

Nur wegen „Kultur“ kommen keine Bevölkerungsgruppen oder Unternehmen in den ländlichen Raum!

- Ländliche Räume als Kreativräume nutzen
- Ländliche Räume als Denkfabrik für (junge) Menschen
- Nutzung der Potentiale der Hochschulen
- Nutzung der kulturellen Potentiale (Diversity, Kleinkunst, Hochkultur u.a.)



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!