

Regionenmarketing für Westfalen – Arbeit am Profil und der Identität

Stand: 2010

Öffentliche und private Akteure in Westfalen haben bereits seit langem die Initiative ergriffen, durch Regionalmarketing ihre „Region“ nach innen und außen zu stärken (s. Beitrag HAUFF, S. 16). Wenn möglich, wird an historisch fundierte regionale Identitäten angeknüpft (z. B. Münsterland, Lippe), teilweise werden neue Regionen konstruiert und erfolgreich formiert (z. B. Ostwestfalen-Lippe, Südwestfalen). Gegenüber diesen Teilregionen ist Westfalen selbst nur ein relativ schwacher Identifikationsanker für seine Einwohner.

Gleichwohl bildet Westfalen einen wichtigen politischen und gesellschaftlichen Handlungsraum, der über den Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL) repräsentiert wird. Insbesondere auch die Aktivitäten der LWL-Kulturabteilung tragen dazu bei, die Verbundenheit der Menschen mit Westfalen zu stärken. Eine wichtige Funktion für die regionale und örtliche Heimat- und Kulturpflege übernimmt des Weiteren der Westfälische Heimatbund (WHB) als Dachorganisation der ehrenamtlichen Kulturpflege.

Seit 1999 engagieren sich Stiftung und Verein Westfalen-Initiative für die Profilierung Westfalens nach innen und außen und für die Vernetzung der Kräfte in Westfalen. Bereits 2003 wurde ein Regionenmarketingprozess für Westfalen angestoßen (vgl. HAUFF 2007). Vor diesem Hintergrund wird im Folgenden überblicksartig die Arbeit des LWL, des WHB und der Westfalen-Initiative am Westfalen-Profil und an der Schaffung eines westfälischen Bewusstseins skizziert.

Der Landschaftsverband Westfalen-Lippe (LWL)

Der Landschaftsverband Westfalen-Lippe ist ein regionaler Kommunalverband, der Leistungen für die 9 kreisfreien Städte und 18 Kreise in den Regierungsbezirken Arnsberg, Detmold und Münster erbringt (vgl. GROTHUES 2007 a, b). Neben Aufgaben, die die finanzielle Leistungskraft der Kommunen und Kreise übersteigen (z. B. überörtliche soziale Aufgaben), übernimmt der LWL auch solche, die gesamtwestfälischen Bezug haben (z. B. landschaftliche Kulturpflege).

Die Aufgaben sind in der Landschaftsverbandsordnung für das Land Nordrhein-Westfalen festgelegt. Der am 01.10.1953 gegründete Landschaftsverband Westfalen-Lippe kann auf eine lange Tradition zurückblicken (vgl. LWL 2007 a, 2010). Sein Vorläufer, der Provinzialverband Westfalen (1886 – 1953), mit der Provinzialversammlung als „Westfalen-Parlament“ und dem Landeshaus in Münster als „Rathaus von Westfalen“ verstand sich als Repräsentation Westfalens.

Der Begriff „Landschaft“ im heutigen Verbandsnamen macht den Bezug zur landschaftlichen Selbstverwaltung deutlich. Heute versteht sich der LWL auf Basis der kommunalen Selbstverwaltung als „Sprachrohr der Region“, der die Interessen Westfalens und seiner Bewohnerinnen und Bewohner überall dort vertritt, wo es sinnvoll und notwendig ist. Damit lebt die Idee der Repräsentation Westfalens weiter.

Einen Beitrag hierzu leistet sicher auch das im Jahr 2007 überarbeitete grafische Erscheinungsbild des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe. Mit dem Kürzel „LWL“ und dem Zusatz „Für die Menschen. Für Westfalen-Lippe“ wird betont, dass die Leistungen durch den LWL für die Menschen und die Kommunen in der Region Westfalen-Lippe erbracht werden.

Für das Gebiet des früheren Fürstentums Lippe, das nahezu deckungsgleich mit dem heutigen Kreis Lippe ist, übernimmt der 1949 gegründete Landesverband Lippe wichtige Aufgaben in der regionalen Strukturpolitik, in der regionalen Kulturpolitik und im Tourismus (www.landesverband-lippe.de). Auf der Grundlage der Landschaftsverbandsordnung für das Land NRW arbeiten LWL und Landesverband Lippe im Rahmen der allgemeinen landschaftlichen Kulturpflege eng zusammen.

In der Landschaftsverbandsordnung erscheint zwar der Begriff „Regionenmarketing“ nicht, gleichwohl leistet der LWL wichtige Beiträge zum Profil und zur Identität Westfalens. In diesem Zusammenhang ist insbesondere auf die Kulturpflege hinzuweisen, auf die zwar nur rd. 3 % des Haushalts entfällt, die aber für eine „westfälische Identitäts-

stiftung“ und Profilierung Westfalens von hoher Relevanz ist.

Als Kulturdienstleister in und für Westfalen Lippe hat der LWL ein westfalenweites Kulturnetz aufgebaut (vgl. LWL 2009). Ziel ist es, das kulturelle Erbe Westfalen-Lippes zu bewahren, die Kultur zu stärken, zu erforschen, für die Öffentlichkeit zugänglich und sichtbar zu machen. Zum Kulturnetz zählen 17 LWL-Museen, die LWL-Kulturdienste und die Einrichtungen der landeskundlichen Forschung. Attraktive „Eingangstore“ in die kulturellen Belange Westfalen-Lippes bieten auch verschiedene Online-Portale, die mit Kooperationspartnern realisiert wurden (z. B. Internet-Portal „Westfälische Geschichte“, „Kulturatlas Westfalen“, „WESTFALEN REGIONAL“).

Der Westfälische Heimatbund e. V. (WHB)

Als Dachorganisation der über 530 Heimatvereine und ca. 650 ehrenamtlichen Ortsheimatpfleger in Westfalen ist der WHB ein wichtiger Akteur der regionalen Heimat- und Kulturpflege, der ca. 130 000 heimatverbundene Personen vertritt (vgl. WHB 2010 a). Der WHB verfolgt nach seiner Satzung das Ziel, die „Einheit Westfalens“ zu erhalten, seine „Eigenart“ zu pflegen, die „örtliche und regionale Heimarbeit in Westfalen zu fördern“ und das „Bewusstsein für die Zusammengehörigkeit“ zu wecken und zu vertiefen.

Der WHB arbeitet auf dem Gebiet von Westfalen-Lippe mit Ausnahme des Kreises Lippe. Hier engagiert sich der Lippische Heimatbund e. V. für die „Erhaltung und Förderung der natürlich und geschichtlich gewordenen Eigenart der lippischen Heimat“ (Lippischer Heimatbund 2006). Auch wenn einer der Schwerpunkte der Heimatvereine im WHB sicherlich in der Kultur- und Heimatpflege vor Ort liegt, hat der WHB als Dachorganisation immer eine wichtige Rolle für die Einheit Westfalens – insbesondere auch während der Diskussionen um die Verwaltungsstrukturenform – gespielt.

Zwischen dem Landschaftsverband Westfalen-Lippe und dem Westfälischen Heimatbund bestehen enge personelle

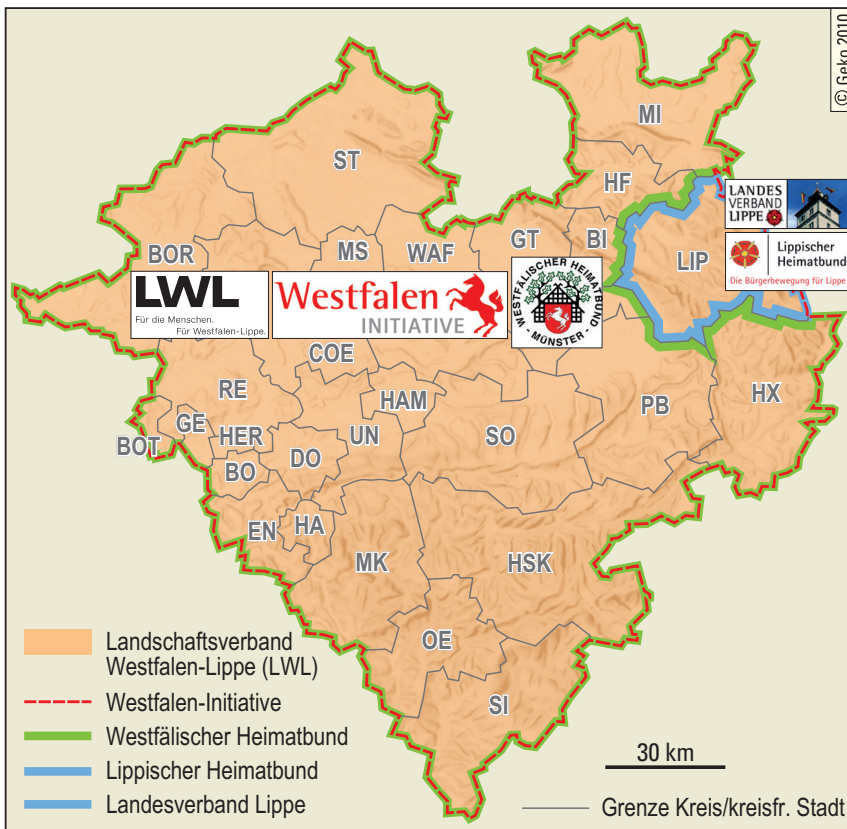


Abb. 1: Regionenmarketing für Westfalen – öffentliche und private Akteure (Quelle: Eigener Entwurf)

Beziehungen. Der Direktor des LWL ist zugleich Vorsitzender des Westfälischen Heimatbundes und übernimmt auf den alljährlichen öffentlichkeitswirksamen Mitgliederversammlungen des WHB („Westfalentag“) eine wichtige Rolle. Über Beiträge in den Publikationen des WHB (z. B. Heimatpflege in Westfalen) werden zudem die Positionen des LWL zu Westfalen in die ehrenamtliche örtliche Heimat- und Kulturpflege eingebracht. Der Westfälische Heimatbund wird wie auch der Lippische Heimatbund vom LWL finanziell gefördert.

Westfalen-Initiative – Stiftung und Verein

Die Stiftung „Westfalen-Initiative für Eigenverantwortung und Gemeinwohl“ wurde 1999 gegründet (vgl. Stiftung und Verein Westfalen-Initiative 2010). Stiftungszweck ist die Stärkung des Subsidiaritätsprinzips, also der Eigenverantwortung, des bürgerschaftlichen Engagements und politischer Dezentralisierung, sowie die Schärfung der westfälischen Identität. Diese soll im Bewusstsein der Bürger stärker veran-

kert werden. 1999 entstand der Verein Westfalen-Initiative, der die Aktivitäten der Stiftung westfalenweit ergänzt. Zurzeit hat der Verein ca. 130 individuelle und institutionelle Mitglieder.

Stiftung und Verein Westfalen-Initiative haben von Beginn an sehr programmatisch den Stiftungsauftrag umgesetzt und dabei immer angestrebt, die gesellschaftlichen Kräfte in Westfalen zu bündeln. Ausgehend von der Zukunftskonferenz „Westfalen 2020“ mit gesellschaftlichen Schlüsselakteuren wurde die Strategie immer weiter entwickelt. Im Sinne des Regionalmarketings verfolgt die Westfalen-Initiative damit den Ansatz, Westfalen als zukunftsorientierten Wirtschafts-, Kultur- und Verwaltungsstandort zu stärken und zu profilieren und den Begriff Westfalen wieder stärker zu einem relevanten Bezugsrahmen für seine Bürger zu machen.

Stiftung und Verein Westfalen-Initiative sind seit nunmehr 10 Jahren aktiv. Die Arbeit am Profil und die Förderung der Identität lassen sich exemplarisch an folgenden Projekten verdeutlichen (vgl. Stiftung Westfalen

Initiative 2009, 2010):

- Stärkung der Vernetzung: „Runder Tisch der Regionalmarketing-Initiativen“, „Stiftungsverbund Westfalen-Lippe“, „Bündnis für regionale Baukultur“,
- Stärkung der Identifikation: Projekt „Westfalen-Lotse“, „Straßenkarte Westfalens“, „Westfälische Ehrengalerie“, Internetportale „Westfälische Geschichte“ und „Westfälische Literatur“,
- Stärkung des „Standorts Westfalen“: Gutachten zur Verwaltungsstrukturreform, Förderung des Projekts „Ideen-Mining“, innovative Bildungsprojekte wie „Verantwortung lernen“,
- Kommunikation der Stärken Westfalens: Ausstellungen im Europäischen Parlament und im Ausschuss der Regionen; Beilagen in der Zeitschrift „FOCUS“ (z. B. „Westfalen – ein echtes Kraftpaket“).

Für die Stiftung sind solche Projekte zentral, die Westfalen durch bürgerschaftliches Engagement stärken wollen. Projekte werden fast immer mit Kooperationspartnern, wie dem LWL und seinen Einrichtungen, umgesetzt.

Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile

Als Reaktion auf das Kulturgutachten des Landes Nordrhein-Westfalen, „Kultur.NRW“ (2008), in dem Westfalen mit Ausnahme des Konzerthauses Dortmund keine Berücksichtigung fand, haben LWL-Kulturabteilung, Westfalen-Initiative und die drei westfälischen Bezirksregierungen eine umfassende Bestandsaufnahme zur „Kultur in Westfalen“ und Vorschläge zur besseren Wahrnehmbarkeit erarbeitet. Ziel ist eine Profilbildung Westfalens nach innen und außen.

Angestrebt wird eine stärkere Vernetzung der Teilregionen Münsterland, Ostwestfalen-Lippe, Südwestfalen und westfälisches Ruhrgebiet und ihrer kulturellen Akteure unter der „Dachmarke Westfalen“ (vgl. LWL 2009/2010, Westfalen-Initiative 2010). Dieses Beispiel zeigt, dass gesamtwestfälische Herausforderungen eine Bündelung der Kräfte unter einem Dach erfordern.

THOMAS HAUFF