

VOLKER GALLÉ

Marketing und Identitätspolitik in Regionen aus Sicht der Kultur

Begriffe können in ihrem Wirkungsfeld beobachtet und erzählend beschrieben werden. Über sich ähnelnde Strukturen dieser Felder werden regionale und persönliche Färbungen zu einer dialogfähigen Plattform zusammengeführt, die vorschnelle Definitionsversuche vermeidet und das Erfahrungswissen in die Mitte rückt. Mein Blickwinkel ist zum einen kulturwissenschaftlich begründet, zum anderen aus den Erfahrungen regionaler Kulturpolitik in Rheinhessen, Rheinland-Pfalz und den Metropolregionen Rhein-Neckar und Rhein-Main.

Heimat und Region

Heimat wird vorgefunden, erlebt und enthält aktivierbare Ressourcen an Narrativen, Verhaltensweisen, Stellungnahmen und Ausdrucksformen. Sie wird als Beziehung beschrieben, und zwar mit individuell unterschiedlichen Wertungen von »ich fühle mich wohl« bis »Ich will da weg«. Sie wird als Verlust und als Sehnsucht gefühlt. Erzählt wird sie als raumzeitliche Lebenswelt, zu der die Natur, die Siedlungsweise, die Geschichte, die Sprache, der Wissens- und Glaubenshorizont und die Riten gehören: kurz die kulturelle Erfahrung. Heimat ist ein Bedeutungsgewebe, das von Impuls und Resonanz lebt, von individueller Deutung und kollektivem Eingordnetsein.

Region ist demgegenüber stärker von durch Menschen veranlassten Entwürfen geprägt, seien es politische Grenzen, Mobilitätsstrukturen, Einkaufs- und Bildungsmöglichkeiten oder Freizeitangebote. Daher spricht man auch von Regionalplanung, aber nicht von Heimatplanung.

Seit den siebziger Jahren des 20. Jahrhunderts hat sich Regionalismus als politischer Begriff entwickelt, und zwar als Gegenentwurf zu zentralistischen, eher großstädtisch dominierten Strukturen. Dabei wurden Heimat- und Regionenbe-

griff durchmischt und mit Erfahrungen von Netzwerkarbeit in basisdemokratisch sich verstehenden sozialen Bewegungen verknüpft. Es finden sich heute traditionalistische, progressive und völkische Varianten dieses politischen Modells.

Marketing

Marketing hat im regionalen Zusammenhang das zentrale Interesse, vorgefundene Produkte zu verkaufen, seien es Waren oder Erlebnisangebote, in erster Linie an Märkte außerhalb der Region bzw. an Fremde, die als Gäste erwünscht sind. Durch die Reduktion des Blickwinkels auf marktfähige Fertigprodukte gibt es häufig ein Desinteresse an deren Herstellung und Entwicklung. Ressourcen und Potenziale als zu pflegende Quelle der Produkte können durch die vereinseitigte Nutzenbetrachtung erschöpft, ihre Regeneration kann vernachlässigt werden. Andererseits stimuliert die Nachfrage des Marketings die Produktion, auch im kulturellen Bereich. Durch die Orientierung an auswärtigen Verbraucherinteressen entstehen neue Formate und innovative Ideen. Durch die kulturellen Begegnungen wie durch die Realisierung von Außenwahrnehmungen wird die regionale Kultur nicht nur bereichert, sondern entdeckt manchmal sogar dadurch erst vorhandene Potenziale. Es ist zu empfehlen, Außen- und Innenmarketing zu verbinden, indem sich das Marketing an dieser Bewusstseinsbildung über Oral History, Storytelling und andere kulturwissenschaftliche Methoden in partizipativen Prozessen beteiligt, auch um die Einheimischen als Botschafter*innen ihrer Region zu gewinnen.

Eine Übertragung von Produktentwicklung und Marketingstrategien aus Unternehmenserfahrungen scheitert in der Regel in Regionen, weil die Produkte wie die Entscheidungsverfahren komplex sind und nicht von oben verordnet werden können. Die Markenbildung muss mittel- bis langfristig sowie dialogisch angelegt sein. Wenn Agenturen mit wenigen Multiplikatoren Standardvisionen formulieren und Visionen, Slogans und Wort-Bild-Marken ohne ausreichende Resonanzbildung innen wie außen in den Raum werfen, ist das Ergebnis meist das investierte Geld nicht wert.

Nichtsdestotrotz kann sie mit einer Initiative von Willigen starten. Ohne eine nachhaltige Finanzierung regionaler Strukturen, die sowohl die Ressourcenpflege, die Entwicklung als auch die Vermittlung und den Verkauf betrifft und vereinbarte Strategien professionell umsetzt, ist das alles nicht machbar. Regionale Vernetzung in Kommunikation, Koordination und Beratung kann nicht von Einzelbetrieben und Ehrenamtlichen geleistet werden.

Identitätspolitik

Identitätsbildung geschieht sowohl auf individueller als auch auf kollektiver Ebene. Es geht dabei um sich bewusst werdende und handlungsorientierte Selbsterzählung, um die Formulierung von Haltungen und Standpunkten. Identitätspolitik

ist ein notwendiges Unterfangen, um Handlungskonzepte zu formulieren, die mit der Erfahrungswelt einer Gemeinschaft verbunden sind und dadurch auch als Leitlinien Akzeptanz erfahren. Da Identität immer in einem Wechselspiel von Fremd- und Eigenwahrnehmung entsteht, kommt es bei ihrer politischen und ethischen Bewertung auf ihre inhaltliche Positionierung und damit auch auf die durch sie geförderten Emotionen an.

Rechtspopulisten, die in der Regel überall mit Rechtsextremisten vernetzt sind bzw. als deren Rechtfertigungsinstanz fungieren, legen den Schwerpunkt auf Abschottung und Grenzziehung. Sie nutzen vorhandene Veränderungsängste und suchen Ohnmachtsgefühle durch exklusive Zuschreibungen in Hochmut zu verwandeln. Dabei werden Spaltungsnarrative und Hassparolen sowie rauschhafte Selbstbestätigung im Kollektiv gefördert. Das individuelle Selbst sowohl der Zugehörigen als auch der Nicht-Zugehörigen wird vernebelt und an Führerfiguren delegiert, deren Funktionen noch aus feudalen Zeiten überliefert sind.

Aus den negativen und immer noch zu bearbeitenden Erfahrungen der Deutschen mit der NS-Diktatur und deren Begriffsvergiftungen wurden leider von demokratischer Seite missbrauchte Begriffe wie Heimat oder Volk als solche gemieden und häufig durch Verfahrens- und Planungsbegriffe wie Region oder Marketing ersetzt. Die Scheu hat den Rechten ganze Begriffsfelder überlassen, statt sie zu bearbeiten und neu und anders zu erzählen. Den ethischen Begriffen der Verfassung wie der Menschenwürde, die als kultureller Kompass nachweislich in der Geschichte notwendig waren und weiter sein werden, wurde durch Dekonstruktion ihre Begeisterungsfähigkeit genommen. Sie wurden durch eine pragmatische Programm- und Projektsprache ersetzt. Und Politik insgesamt wurde zunehmend als Service und Dienstleistung verstanden und immer weniger als das Zusammenwirken freier Bürgerinnen und Bürger, als Wirklichkeit von Citoyens mit einem menschenrechtlichen Selbstverständnis, wie es die Epochenschwelle um 1800 angestoßen hat.

Identitätsbildung kann nämlich andererseits auch genutzt werden, um Veränderungsprozesse in ihrer Dauer zu erkennen und Lösungen zu formulieren, wenn die Veränderungen als Herausforderungen angesehen und gemeinsam nach Maßgabe ethischer Grundsätze wie der Menschenwürde gestaltet werden. Ein Staat tut gut daran, für die dazu notwendigen Entwicklungsprozesse eine gesicherte soziale Basis zu schaffen sowie Erfahrungs-, Entwicklungs- und Begegnungsräume zu ermöglichen. Dazu ist es notwendig, historische Erfahrungen aus den Regionen und Kommunen einzubringen. Das zeigt sich ganz deutlich, wenn rein ökonomisch gedachte Verwaltungsreformen am Widerspruch von Bürgerinnen und Bürgern scheitern, die sich in ihrem Gegenentwurf auf vorhandene Lebenswelten beziehen. Aber es geht auch um Deutungsnarrative, die sich mit Blütezeiten und Niedergängen von Regionen, Rand- und Zentrumslagen, Verhältnissen von Stadt und Land und dem Zusammenleben von Verschiedenen beschäftigen. Die Bedeutung der Kultur als Wissensschatz wird dabei oft ebenso unterschätzt wie die Chancen ihrer Methoden. Auch für die Kulturpolitik im engeren Sinn ist eine kultur-

historische Identitätsbildung fruchtbar, um nachhaltig zu arbeiten und in Kooperation und Konkurrenz mit Mitbewerbern Profile zu bilden, sei es als USP (Alleinstellungsmerkmal) oder als Bündnisplattform.

Zwei Beispiele sollen meine Reflexionen illustrieren, jeweils aus den Randzonen Deutschlands im Osten und im Westen. Auf lange Sicht betrachtet, können beide Regionen aus dem Fundus und der Analyse ihrer Kulturgeschichte profitieren, wenn sie die Ergebnisse als Ziel und Aufgabe neu formulieren und an ihre Potenziale anknüpfen statt an ihre Ohnmachtsgefühle. Damit geht einher, dass Deutschland als Land der Mitte und Vermittlung von seinen gegenseitigen kulturellen Erfahrungen in den Grenzbereichen aller vier Himmelsrichtungen lebt, wenn es sich europäisch versteht.

Görlitz und Lausitz

Die Via Regia oder Hohe Straße verband im Mittelalter die Städte Osteuropas (Moskau, Kiew, Lemberg, Krakau) mit denen Westeuropas (Frankfurt und Mainz, dort sich verzweigend nach Brüssel und Brügge beziehungsweise nach Paris, Bordeaux und Santiago di Compostela). Görlitz lag am mittigen Verbindungsstück zwischen Breslau und Leipzig. Diese Handelsstruktur hat die Stadt entwickelt. Durch die Nord-Süd-Grenzziehungen nach 1945 wurde dieser Einfluss stark reduziert.

Die innereuropäischen Grenzöffnungen nach 1989 haben die Chancen zur Belebung dieses Flusses an Waren und Kultur wieder eröffnet. Das kann zu mehr Innovation führen, wenn die neue Via Regia nicht nur touristisch vermittelt wird, sondern auch als Verkehrsstraße und Kulturweg. So fehlt dringend eine internationale Bahnverbindung von Leipzig über Dresden und Görlitz nach Wrocław (Breslau). Görlitz könnte aber auch wegen seiner nach 1945 neuen Grenzlage zwischen Deutschland und Polen zu einem politisch gewollten kulturellen Brückenkopf beider Länder werden. Das wäre vor allem deswegen besonders spannend, weil es auf beiden Seiten doppelte Identitätsbildungen gibt. Auf polnischer Seite ist das die Neubeheimatung von Vertriebenen aus dem Osten Polens (im Zuge der Westverschiebung der polnischen Landesgrenzen nach 1945), deren zweite und dritte Generation den Bezug zur deutsch geprägten Geschichte Schlesiens für sich entdeckt und dadurch für Neuanfänge und europäisches Denken offen ist. Auf deutscher Seite gibt es sowohl Ansätze für eine Wiederentdeckung der vielschichtigen schlesischen Kulturgeschichte jenseits von Vertreibungsnarrativen als auch die Möglichkeit, die sorbischen Traditionen der Lausitz mehr als bisher am regionalen Narrativ zu beteiligen. Der protestantische Spiritualismus eines Jakob Böhme könnte auf lange Sicht helfen, kulturelle Heilungsprozesse der historisch erfahrenen Verletzungen in Gang zu setzen. Kurzfristig aber kann ein partizipatives Storytelling der jüngeren Vergangenheit die Verarbeitung des Niedergangs industrieller Kultur ermöglichen.

Worms und Rheinhessen

Während Worms im Mittelalter ein zentraler Ort kaiserlicher Reichstage war, geriet die Stadt bereits in der frühen Neuzeit an den Rand des politischen Geschehens. Als Freie und Reichsstadt verweigerte sie sich den Gebietsansprüchen der sich zu Staaten formierenden rheinischen Territorien wie denjenigen der Kurpfalz, die daraufhin rechtsrheinische Residenzen wie Heidelberg und Mannheim ausbildete. Bis in die Gegenwart blieben auch aus diesem Grund Landes- und Regionalinstitutionen weitgehend aus. Nach der Reformation entstand eine multikonfessionelle Stadt mit einer über die Jahrhunderte bestehenden jüdischen Gemeinde. Nach dem Niedergang der Lederindustrie konnte der industrielle Sektor nicht wachsen. Es blieb vor allem das kulturhistorische Potenzial, das für touristisches Interesse und Wohninteresse nutzbar war. Das wurde seit den neunziger Jahren des 20. Jahrhunderts durch eine nachhaltige Kulturpolitik umgesetzt, die sich an den Kulturprofilen Nibelungen (Festspiele, Museum, Tagungen), Dom (Wahrzeichen für Bürger*innen und Besucher*innen), Luther (Widerrufsverweigerung auf dem Reichstag von 1521) und SchUM¹ (UNESCO-Welterbeantrag für jüdisches Erbe) orientierte. Das Nibelungenlied ist nicht ohne seine Rezeption zu denken. Dabei kann die literarische Mehrdeutigkeit des mittelalterlichen Epos gegen die nationalistische Ideologisierung zwischen 1871 und 1945 ins Spiel gebracht werden. Multikonfessionalität und Multireligiosität als die Stadt prägende Faktoren geben nicht nur Anlass, Konflikte aufzuarbeiten, sondern auch die ebenfalls vorhandene praktische Erfahrung im Zusammenleben von Verschiedenen für die Zukunft weiterzuentwickeln. Alle Profile geben Gelegenheit, überregional bekannte Narrative neu zu erzählen und zu inszenieren. Die Lage im Linksrheinischen als Teil Rheinhessens gibt die Chance, an die außergewöhnliche Geschichte der frühen Demokraten zwischen 1789 und 1849 anzuknüpfen. Dabei fehlt es in Rheinhessen nicht an Initiativen von unten, aber an einer regionalen Verwaltungsstruktur, vor allem im Bereich der Kultur. Demgegenüber sind Wein und Tourismus bereits professionell aufgestellt.

1 Die im Mittelalter in Westeuropa prägenden jüdischen Gemeinden der Städte Speyer (SchPIRA), Worms (Warmaisa) und Mainz (Magenza) werden mit ihren hebräischen Anfangsbuchstaben (Schin></Sch, Waw/U, Men/M) als Akronym zu »SchUM« namentlich verbunden.

