



# REGIOBRANDING

## Branding von Stadt-Land-Regionen durch Kulturlandschaftscharakteristika



Hansestadt LÜBECK



Archäologisches  
Landesamt  
Schleswig-Holstein





## Innovationsgruppen Nachhaltiges Landmanagement

# Ziele von REGIOBRANDING

- Kulturlandschaft und ihre besonderen Merkmale herausstellen u. In-Wert-Setzen, als Grundlage für das Selbstverständnis und die Selbstbewertung einer Region
- gemeinsam mit Wissenschaftlern u. Praxispartnern innovative Brandingkonzepte erarbeiten und diese in und für die Regionen umsetzen



- Kommunikationsprozesse anstoßen und kooperativen Lernmethoden in den Regionen erproben
- neue Herangehensweisen (Strukturen, Prozesse, Produkte) für ein regionales bottom-up Branding entwickeln

# Umsetzung der Ziele: Arbeitsschritte und Produkte



www.stadt-koeln.de

Evaluation der Modellprojekte und Zusammenstellung der Ergebnisse: Erfolgsfaktoren/ Best Practice, Hemmnisse...



Geschichte und Kulturlandschaftsqualitäten für die „breite“ Bevölkerung zugänglich machen: Modellmaßnahmen



www.buelow.be.schule.de

Modellprojekte

Kulturlandschaft erfassen und bewerten: Interviews, Haushaltsbefragung, Geländeerhebungen, GIS-Analyse/ Mapping...



Ergebnisse in Regionen „tragen“ und mit Akteuren/ Bevölkerung diskutieren: Informationsveranstaltungen, Workshops...





## Innovationsgruppen Nachhaltiges Landmanagement

---

# Verbundpartner

---

- Leibniz Universität Hannover (Institut für Umweltplanung, Institut für Entwerfen und Städtebau, Geodätisches Institut)
- Universität Hamburg (Archäologisches Institut)
- Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung
- mensch und region
- Hansestadt Lübeck (Bereich Umwelt-, Natur- und Verbraucherschutz)
- Landschaftspflegeverein Dummersdorfer Ufer
- Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein
- Landkreis Ludwigslust-Parchim (Fachdienst Regionalmanagement und Europa)