

Dokumentation der zweiten Onlinekonferenz zur #MISSION2038

Thema: „Image der Lausitz“

06.05.2020 | Moderation: Tobias Heinemann

Mit Bedauern mussten wir die Jugendkonferenz #MISSION2038 – *Deine Zukunft in der Lausitz* am 14.03.2020 wegen des Coronavirus absagen. Um das wichtige Thema jedoch nicht aus den Augen zu verlieren, mussten alternative Austauschformate geschaffen werden. Daher haben wir eine **Online-Befragung** potenzieller Teilnehmerinnen und Teilnehmer durchgeführt. Aus dieser ging hervor, dass sich die Befragten einen digitalen Austausch über den Strukturwandel in der Lausitz gut vorstellen können.

In der digitalen **Auftaktkonferenz** hoben die Teilnehmenden hervor, dass das Image der Lausitz zwingend verbessert werden muss. Attraktionen und Projekte müssen sichtbar gemacht werden und engagierte Menschen zusammenkommen.

Dieses Thema wurde schließlich am 06.05.2020 in einer **zweiten Onlinekonferenz zur #MISSION2038** aufgegriffen.

Anikó Popella von der DKJS eröffnete die zweistündige Veranstaltung und begrüßte die 22 Teilnehmenden aus dem Großraum Bad Muskau, Cottbus, Hoyerswerda und aus dem Landkreis Görlitz. Sogar Interessierte aus Chemnitz und Leipzig schalteten sich zu. Mit Tino Roßberg (ELDORADO.VALLEY) und Maria Strohbach (Zukunftswerkstatt Lausitz) begleiteten auch eine Fachexpertin und ein Fachexperte das digitale Austauschformat. Moderiert wurde die Veranstaltung von Tobias Heinemann.



Abbildung 1: Woher kommt Ihr?

Ein Impulsvortrag von Tino Roßberg (ELDORADO.VALLEY, Spezialist für Stadt- und Verwaltungsmarketing)

Gleich zu Beginn seines Fachimpulses machte Tino Roßberg deutlich, dass ein Image nichts ist, was man über Nacht verändern kann. Er definierte das Image als Fremdbild – also ein Bild, das Außenstehende haben. Als erster und wichtigster Schritt sei es notwendig, das Selbstbild der Lausitzerinnen und Lausitzer zu verbessern. Er sprach in diesem Zusammenhang von „Identität 2038“ und meint damit die mit dem Strukturwandel einhergehende Veränderung der Identität der Menschen.

Auch im weiteren Verlauf der Konferenz empowernte Roßberg die jugendlichen Teilnehmerinnen und Teilnehmer immer wieder, an den lokalen Akteurinnen und Akteuren dran zu bleiben und sich von kleinen Niederschlägen nicht verunsichern zu lassen – frei nach dem Motto: „Wenn eine Tür zu geht, geht eine andere auf.“

Auch Maria Strohbach von der Zukunftswerkstatt Lausitz (Wirtschaftsregion Lausitz GmbH) bestätigte die Ausführungen von Tino Roßberg: „Das Außenbild der Lausitz ist besser als das Innenbild.“

Wie kann man das Image der Lausitz verbessern?

Anschließend waren die Jugendlichen an der Reihe: Eine In einer interaktiven Befragung stellte der Moderator Tobias Heinemann ihnen die zentrale Frage: „Wie kann man das Image der Lausitz verbessern?“

Eine Teilnehmerin merkte an, dass die Reaktionen oft negativ sind, wenn sie sagt, wo sie herkommt. Diesem Vorurteil gilt es entgegenzuwirken und man dürfe sich davon nicht verunsichern lassen.

Auch wurde deutlich, wie wichtig Gemeinschaftsevents für die Entwicklung eines positiven Images der Lausitz sind. Verschiedene Generationen müssen miteinander ins Gespräch kommen und von ihren positiven Erlebnissen berichten. Ein positives Selbstbild ist enorm wichtig, um selbstbewusst für die Region sprechen zu können.

Möglichkeiten, um Engagement zu bündeln und damit besser sichtbar zu machen, sprich Netzwerkpunkte auf sozialer und kultureller Ebene zu schaffen und zu verstetigen, sind zentrale Bedürfnisse der Teilnehmenden.



Abbildung 2: Welches Ziel verfolgst Du mit der Teilnahme an der Konferenz?

Wie können sich junge Menschen längerfristig am Strukturwandel beteiligen und ein positives Innenbild in die Lausitz holen?

Zu dieser Frage berichtete Maria Strohbach von einem Bürgerbeteiligungsprozess der Zukunftswerkstatt Lausitz. Die Ergebnisse sollen in eine langfristig angelegte Entwicklungsstrategie für die Region einfließen und auch die Meinungen der jungen Menschen berücksichtigen. Aus einer weiteren interaktiven Umfrage ging schließlich hervor, dass es selbstverwaltete Räume mit Jugendkultur in der Region braucht. Es gilt den Leerstand zu nutzen und Orte für Gemeinschaft zu schaffen. Der Kreisschülersprecher und junge Botschafter des Landkreises Görlitz Lukas Hässner bekräftigte diese Aussage: „Gemeinsames Arbeiten von Jugendlichen ist wichtig und dafür braucht es Orte. Es löst Euphorie aus und motiviert weitere zum Mitmachen.“

Eine wichtige Rolle spielte auch das Thema Mobilität, denn auch Leute aus den kleinen Dörfern müssen die Orte der Gemeinschaft erreichen können.

Auch die älteren Generationen wurden von den Jugendlichen mitgedacht: „Wir leben oft aneinander vorbei“, merkte eine junge Teilnehmerin an. Hier kam die Idee von „Paten-Großeltern“ und Nachbarschaftshilfen ins Spiel, um Menschen zu unterstützen, die beispielsweise keine Angehörigen mehr haben.

Anschließend berichtete die ehemalige Vorsitzende des Jugendstadtrates Hoyerswerda, die aufgrund ihres Studiums die Region vorerst verlassen hat, von ihren Erfahrungen. Auch sie ermutigte die jungen Menschen, an ihren Themen dranzubleiben. Durchaus kenne sie die Hürden von Bürokratie, aber durch ein hohes Durchhaltevermögen sind ihre Ideen in der Stadt auch angekommen. Sie betonte, wie wichtig eine Vernetzung in der gesamten Lausitz sei, um gute Projekte bekannter zu machen. Hilfreich wäre auch eine zentrale Website für die Lausitz, auf der Angebote gebündelt werden. Eine Jugendliche ergänzte, dass auch die sozialen Medien verstärkt genutzt werden könnten, um Engagement sichtbar zu machen.

Als sehr hilfreich wurde es bewertet, wenn Kommunen eine zentrale Jugendförderungs- und Jugendkoordinationsstelle haben. Diese könnte bei bürokratischen Hürden unterstützen und Finanzierungsmöglichkeiten aufzeigen. „Denn Möglichkeiten der Finanzierung von Projekten sind durchaus vorhanden“, merkte Maria Strohbach an und verwies auf den Sächsischen Mitmach-Fonds.

Viele Ideen, das Image der Region nachhaltig aufzuwerten, setzen an dem „Innenbild“ der Lausitzerinnen und Lausitzer an. Ein zentrales Thema dabei ist das Gemeinschaftsgefühl der Menschen aus der Region. Wie so oft sind es kleine Schritte, die Menschen näher zusammenbringen können und diese müssen nicht perfekt sein. Sie müssen nur getan werden.

Eine Übersicht der angesprochenen Themen ist hier zu finden:
https://padlet.com/mission2038/Image_der_Lausitz

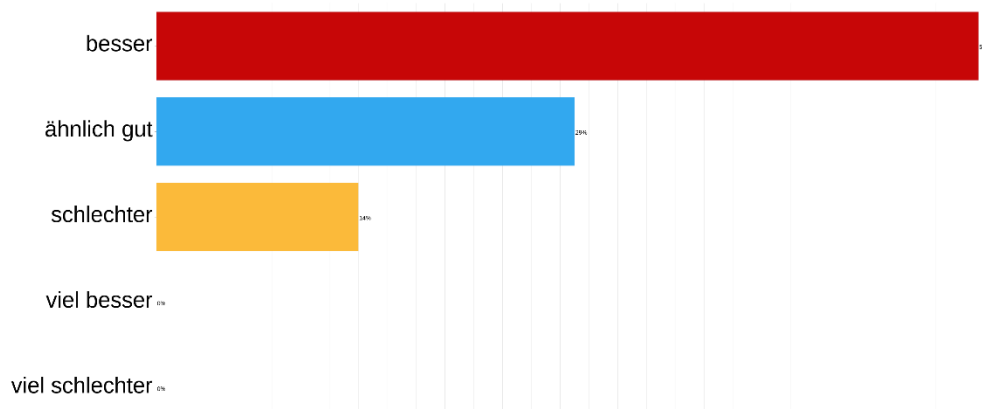


Abbildung 3: Im Vergleich zu ähnlichen Veranstaltungen, die ich besucht habe, war diese...

Wie geht es weiter?

Am 27.05.2020 möchten wir uns von 17 bis 19 Uhr gemeinsam mit Euch in einer nächsten digitalen Konferenz der #MISSION2038 einem neuen Thema widmen. Welches dies sein wird, erfahrt ihr über unsere Social Media-Kanäle oder kontaktiert uns gerne per E-Mail an Anikó Popella (aniko.popella@dkjs.de) oder Julian Schmidt (julian.schmidt@dkjs.de).

Exkurs: Anmerkungen von Tino Roßberg zum Thema regionale Transformation aus Kommunikationssicht:

- » Es gibt einen Verständnis-Unterschied zwischen Image und Identität. Image bezieht sich auf ein Fremd-, Identität auf ein Selbstbild. Oftmals stellen Akteurinnen und Akteure den Image-Aspekt in den Fokus. Der Transformationsprozess der Lausitz ist aber zuerst ein Prozess hin zu einem neuen Selbstverständnis der Region.
- » Beide Blickwinkel brauchen einen Status Quo, um Veränderungsrichtungen und -notwendigkeiten sichtbar zu machen. Fachlich lässt sich das z. B. mit einer Gap-Analyse realisieren, die „Lücken“ sowohl zwischen Soll- und Ist-Identitäten als auch zwischen Soll- und Ist-Fremdbildern offenbart. Im Hinblick auf den Identitätsaspekt zeichnen Großmutter und Großvater vermutlich ein anderes Bild ihrer Lausitz als Jugendliche, die sich nach Landflucht sehnen.
- » Für den Gesamtprozess braucht es eine Visionsklammer, mit der es gelingt, diesen Spannungsbogen der verschiedenen Sichtweisen clever zu harmonisieren. Umso höher ist die Chance, dass diese Vision auch mit Leben gefüllt werden kann und a) in einer starken Identität und b) in einem passenden Image mündet.
- » Je weiter weg sich jemand räumlich und thematisch von der Lausitz befindet, umso stärker tritt der Image-Aspekt in den Vordergrund, der sich dann höchstwahrscheinlich in den verschiedenen Deutungsdimensionen reduziert. Anders ausgedrückt: Eine eindimensionale Version des Images der Lausitz ist z. B. die eines Allgäuers, der davon noch nie gehört hat.
- » Die große Herausforderung regionaler Transformationsprozesse liegt in der pluralistischen Willens- und Zielbildung. Eine fachlich fundierte Untersuchung der verschiedenen Selbst- (und Fremd-) Bilder (gern in den Ist- und Soll-Dimensionen) fördert den Abbau „subjektiver Empirie“ und kann helfen, Ansprüche auf Deutungshoheiten zu nivellieren.
- » Aus dem Blickwinkel eines sogenannten identitätsorientierten Ansatzes einer Markenführung, der sich in gewissen Grenzen auch auf Regionen übertragen lässt, steht die Kongruenz von Selbst- und Fremdbild im Vordergrund. Anders ausgedrückt: Eine Marke wird dann stark, wenn der schöne Schein mit dem real Erlebten zusammenfällt. Nun gibt es im wirtschaftlichen Kontext genug Beispiele, die diesem Anspruch nicht gerecht werden. Es gibt Unternehmen, die trotz eines fragwürdigen Rufes wirtschaftlich gesund dastehen. Und umgekehrt tolle Firmen mit einem super Image, die sich am Markt aber nicht durchsetzen konnten. Für den ersten Fall finden sich Begründungen meist in Marktlogiken, die leider nicht oder nur bedingt auf regionale (Marketing-)Aspekte anwendbar sind. Es sei denn, man findet in der Lausitz Öl. Das Prinzip der Kongruenz gilt auch für den Strukturwandel in der Lausitz. Ein tolles Image läuft Gefahr, nur Geld und Zeit zu kosten, wenn sich parallel dazu keine entsprechende Identität entwickelt – und dieser Prozess dauert.
- » Falls das zu viel Fachchinesisch ist: „Identität ist nichts, Durst ist alles!“ war mal ein Claim von Fanta, der vieles beinhaltet, was für die Lausitz aktuell gelten kann: Es ist ein Geschenk, sich selbst neu erfinden zu dürfen. In diesem Prozess geht es nicht nur darum, was andere über die Lausitz denken. Es sollte vor allem darum gehen, wer die Lausitz in Zukunft sein möchte. Und das ist in erster Linie ein Identitätsprozess.
- » Fremdbilder bilden sich auch von allein. Eine clevere Kommunikation des Transformationsprozesses zahlt natürlich auch auf den Imageaspekt ein, über den

immer soviel gesprochen wird. Zum Beispiel im Sinne einer Region, die sich gerade aufmacht, bewegt, etwas unternimmt. Eine Region, die nicht im Stillstand verharrt. Und das sind sehr positive Image- und Identitäts-Aspekte.

- » Wenn im Jahre 2038 die Tür aufgeht und die Lausitz tritt ein, wie sieht das dann aus? Ist die Lausitz männlich oder weiblich? Rumpelt sie im Schlosseranzug voller Kohlendreck in den Raum? Wie alt ist sie? Wie spricht sie? Ist sie überdreht oder ganz entspannt? Fragen über Fragen in diesem kleinen Gedankenexperiment zum Thema Identität und Image.