

# Die regionale Identität stärken

Regionalbündnis startet Aktion in sozialen Medien

Von unserem Redakteur  
Sascha Saueressig

■ **Bad Sobernheim.** Gemeinsamkeiten hervorheben und die Region bekannter machen, dies sind die Ziele der neuen Initiative „Markante Typen“. Das Regionalbündnis Soonwald-Nahe hat am heutigen Freitag gemeinsam mit der Naheland-Touristik, Weinland Nahe, dem Naturpark Soonwald-Nahe, Hunsrücktouristik und anderen Partnern eine Aktion gestartet, bei der Menschen aus der Region über ihre Heimat und das Besondere daran sprechen. „Wir haben bewusst keine Promis genommen, sondern Menschen, die hier leben und arbeiten“, betont Rainer Lauf, der Vorsitzende des Regionalbündnisses.

Dabei gehe es um Binnenmarketing wie Außenwerbung, sagt Ute Meinard, Leiterin der Naheland-Touristik. „Wir wollen zeigen, wie schön der Lebensraum zwischen Nahe, Nationalpark und Hunsrück ist und haben Leute aus allen Altersschichten und unterschiedlichen Berufe dafür gewonnen, ihre persönlichen Erfahrungen in kurzen Videoclips vorzustellen.“ Dabei haben die 13 Personen vom Schäfer über die Winzerin bis zum Fährmann über das gesprochen, was ihnen in der Region am wichtigsten ist: Heimatgefühl, Lieblingswörter, Lieblingsessen, Lieblingsplätze und die Charakterisierung der Menschen der Region, Begriffe auf Platt und besondere Wünsche für die Region.

„Vielen Menschen aus unserer Region fällt es schwer, zu beschreiben, wo sie herkommen. Sie können eher sagen, woher nicht“, meint

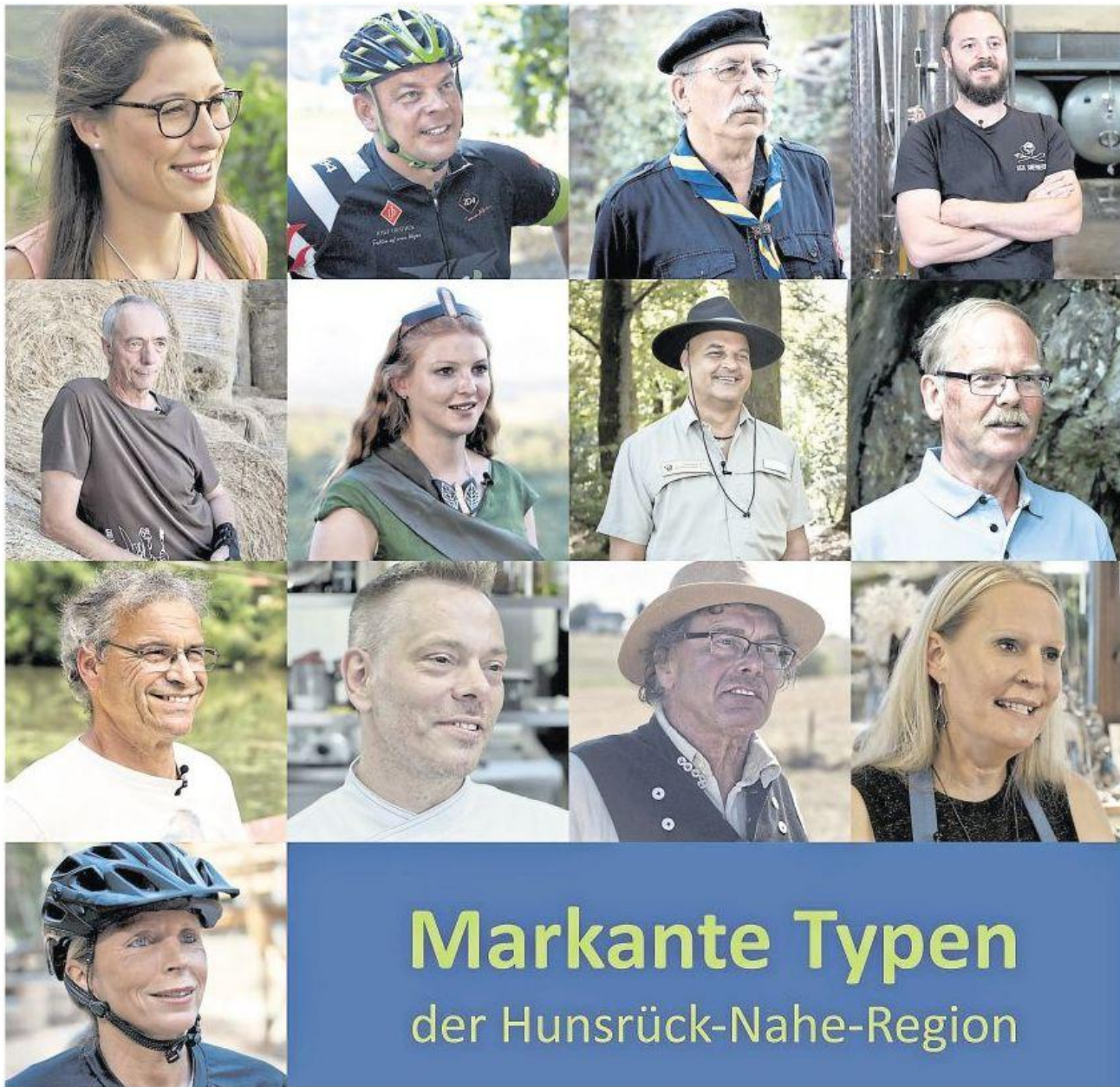
Naturpark-Geschäftsführer Marco Rohr. Daher ist es ein vordringliches Ziel, das Selbstbewusstsein der Menschen zu stärken und der Hunsrück-Nahe-Region und ihren Bewohnern zu einer gemeinsamen regionalen Identität zu verhelfen.

„Wir haben die Freiwilligen mithilfe von Videographer Martin Kistner in Szene gesetzt“, erläutert Rainer Lauf. Es wurden kurze Videofilme von jedem gedreht, die den Menschen in seiner Umgebung vorstellen und befragen. Neben den Interviews gibt es Zusammen-

schnitte der Beteiligten zu einzelnen Themen. „Daraus ist unserer Meinung nach ein sehr gefühlsvolles und wirklich markantes Material entstanden“, meinte Lauf bei der Vorstellung im Bad Sobernheimer Rathaus. Über Bildschirmpräsentationen bei Veranstaltungen, im Internet und in

den Sozialen Medien und als Aufhänger für Aktionen werden diese Bilder in Zukunft das Gemeinschaftsgefühl in der Region stärken, ist Nadine Poss von Weinland Nahe überzeugt. Am heutigen Freitag werden die ersten Clips auf Facebook und Instagram hochgeladen. Kistner hat dazu außerdem einen Youtube-Kanal erstellt. Möglich wurde dies durch eine Förderung des europäischen Leaderprojekts.

Unter dem Motto „Aanbänne!“ wird die Offensive mit einem Projekttag am Samstag, 24. November, in der Bockenauer-Schweiz-Halle fortgesetzt. Dann soll neben den markanten Typen aus der Region mit Literatur, Mundart und Ausstellungen zum Begriff Heimat für die Stärkung des Regionalbewusstseins geworben werden.



Mit 13 Menschen aus der Region zwischen Nationalpark, Mosel und Rhein-Nahe-Eck wird geworben: Winzerin Laura Weber (oben von links) aus Monzingen, Koch und Mountainbiker Matthias Klein aus Sohren, Burgvogt Hans Georg Gerlach aus Kirn, Winzer und Musiker Michael Schott aus Wallhausen, Landwirt Michael Herrmann aus Rhaunen, Soonwaldfee Lara Rennette aus Sponheim, Ranger Reiner Philippi aus Idar-Oberstein, Geograf und Exkursionsleiter Wouter Südkamp aus Altstrimmig, Fährmann Hans Joachim Gellweiler aus Bad Münster, Koch Michael Böhme aus Simmern, Schäfer Peter Böttge aus Daxweiler, Schmuckdesignerin Jennifer Sauer aus Stipshausen und Mountainbikeguide Jutta Kleeberg aus Stromberg machen mit.

Fotos: Martin Kistner