

# Regionale Stärke zeigen – auch auf platt

In der Filmreihe „Markante Typen“ kommen die unterschiedlichsten Einheimischen zu Wort

Von Simone Mager

**BAD SOBERNHEIM.** „Klappschmier“, sagt Jungwinzerin Laura Weber, gefragt nach ihrem Lieblingswort auf Platt in die Kamera. So spitzbübiger wie sie dieses Wort ausspricht, klingen darin Erinnerungen an, auf die sie ebenfalls in der kurzen Videosequenz zu sprechen kommt: Erinnerungen an die Kindheit im Weinberg zwischen den Reben, den Duft der Natur in der Nase und den Weitblick vor Augen. Hier, wo sie aufgewachsen ist, wurde der Grundstein für ihren beruflichen Werdegang gelegt. Ein Gewächs von der Nahe eben. Laura Weber ist eine der „markanten Typen“, die in verbandsübergreifender Kooperation jetzt in Szene gesetzt wurden. Worum es dabei geht, haben Initiator und Vorsitzender vom Regionalbündnis Soonwald-Nahe, Dr. Rainer Lauf, mit Nadine Poss von Weinland-Nahe, Ute Meinhardt von der Naheland-Touristik und Marco Rohr vom Naturpark Soonwald-Nahe jetzt gemeinsam vorgestellt.

## Naheland muss sich nicht verstecken

Die kurzen Filme, die Martin Kistner aufgenommen hat, porträtieren 13 Menschen aus der Region, von der Schmuckdesignerin über den Burgvogt bis hin zum Fährmann oder zum Schäfer, die über ihre Arbeit, ihren Lieblingsplatz



Rainer Lauf, Nadine Poss, Marco Rohr und Ute Meinhardt (v.l.) stellen in einer Filmreihe „Markante Typen“ vor, die Teil der Veranstaltungsreihe „Aanbännele“ sind.

Foto: Simone Mager

oder ihre Wünsche für die Zukunft der Region sprechen. Die Videos sollen sowohl in die Region selbst, als auch nach außen wirken und sind das Ergebnis einer Arbeitsgruppe, die seit etwa einem Jahr zur Förderung der regionalen Identität 50 Akteure, darunter die regionalen Initiativen sowie die Landjugend, die Landfrauen und Vertreter der Wirtschaft, zusammenbringt. Die Filmreihe „Markante Typen“ ist ein Baustein unter dem Motto „Aanbännele“, eine Veranstaltungsreihe zur Förderung der regionalen Identität.

„Die Region stark und selbstbewusst machen“, gibt Rainer Lauf vor und lässt keinen Zweifel daran, dass es in der Bevölkerung zwischen Hunsrück und Nahe an Identitätsbewusstsein mangelt. „Ja, wir sind was“, höre man hier viel zu selten – für Lauf ein Zeichen für ein unterentwickeltes regionales Selbstbewusstsein. Marco Rohr ergänzt: „Für die Menschen ist es teilweise schwer auf die Frage, wo kommen wir her, zu antworten.“ Die Region sei nicht – wie etwa die Pfalz – mit Namen zu packen und auf den Punkt zu

bringen. „Doch wir müssen uns nicht verstecken“. Lauf spielt auf das negative Gerede in der Region in Bezug auf die touristische Vermarktung an. Diesem Trend wolle man entgegenwirken.

Ute Meinhardt von der Naheland Touristik schilderte die Auswahl der Personen für die Videosequenzen: Es sollten sowohl Männer, als auch Frauen mit einer durchmischten Altersstruktur dabei sein, die ihren Berufsalltag in Bezug zur Region darstellen. Den Protagonisten wurden die gleichen Fragen gestellt, zum Beispiel:

„Was ist dein Lieblingsessen?“ oder „Dein Lieblingswort auf platt“. Bewusst sollten keine Promis, sondern der Querschnitt aus der Region abgebildet werden. Nadine Poss von Weinland Nahe lässt keinen Zweifel daran, dass ihr die Arbeit an den Filmen viel Spaß gemacht hat. Herausgekommen sind dabei authentische Porträts der Lebens- und Arbeitswelt und des Heimatgefühls der „Markanten Typen“. Die Filme sind etwa ein bis zwei Minuten lang. Zudem gibt es themenbezogene Zusammenschnitte in einer Länge von einer halben Minute.

Die Stärken der Region nach außen demonstrieren – das wollen die Verbände in Kooperation, indem sie nach und nach die insgesamt 24 kurzen Videos über den Winter hinweg auf ihren Internetseiten veröffentlichen und in den sozialen Netzwerken teilen. „Es ist der Versuch, unsere Typen sprechen zu lassen“, betont Ute Meinhardt. Sie hofft darauf, dass die Videos möglichst oft gelikt und geteilt werden. Zudem sind sie Teil der Veranstaltung „aanbännele“ am 24. November 2018 in der Bockenaauer Schweiz-Halle. Unvorigenommen und ergebnisoffen soll ab 14 Uhr dargestellt werden, was die Region ausmacht. Kontakte knüpfen und das regionale Netzwerk weiter stärken, geben die Veranstalter als Ziel vor.