

# MASTERPLAN WELTERBE OBERES MITTELRHEINTAL

**ANLAGE II B – Dokumentation des Beteiligungsprozesses  
und strategische Handlungsempfehlungen**

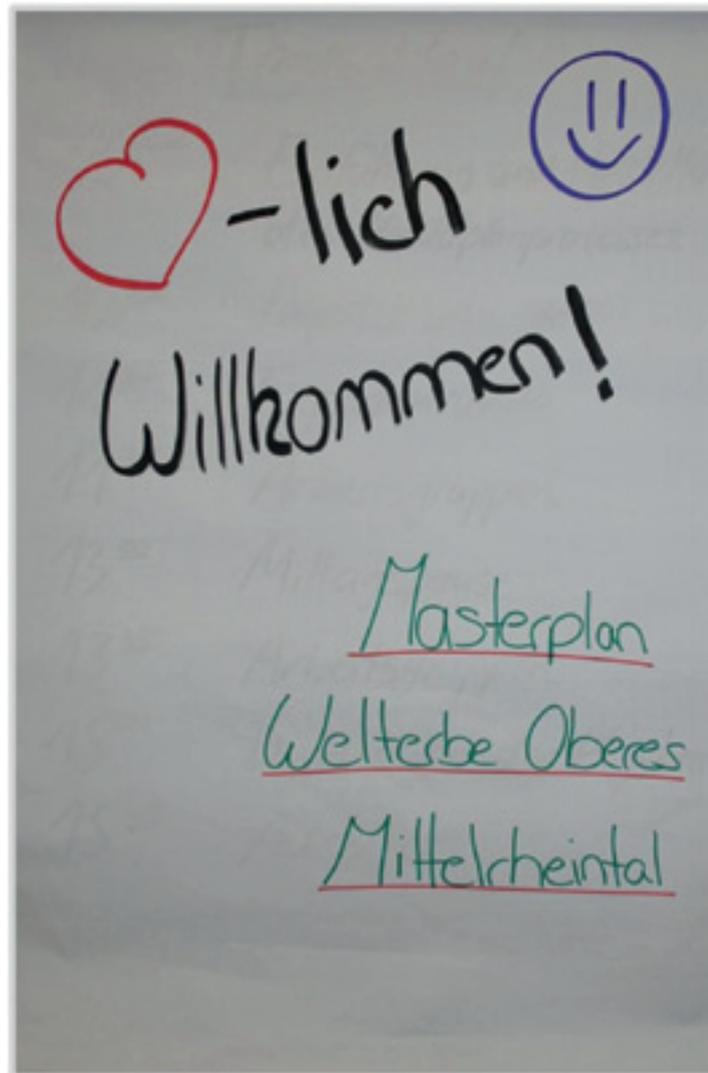


# Masterplan

## Welterbe Oberes Mittelrheintal

---

### Beteiligungsprozess und strategische Handlungsempfehlungen



entra

Villa Scheurer – Falkensteiner Weg 3  
67722 Winnweiler

Tel.: 06302-9239-11 oder -15  
Fax: 06302-9239-19

E-Mail: [regio@entra.de](mailto:regio@entra.de)  
Internet: [www.entra.de](http://www.entra.de)



# Inhalt

1	Vorwort.....	3
2	Auftrag entra .....	4
2.1	Einordnung des Auftrages in den Masterplan-Prozess .....	4
2.2	Methodisches Konzept.....	5
3	Beteiligungsprozess .....	7
3.1	Methodik und Beteiligung.....	7
3.2	Thematische Workshops .....	8
3.2.1	Tourismus.....	9
3.2.2	Mobilität, Verkehr, Lärm .....	16
3.2.3	Wirtschaft und Energie .....	19
3.2.4	Kommunale Entwicklung.....	23
3.2.5	Kultur, Landschaft, Bauen, Tourismus, Geschichte und mehr... ..	33
3.2.6	Regionale Identität.....	38
3.3	Zukunftskonferenz.....	41
3.4	Fazit .....	42
4	Visionen und Strategien .....	43
4.1	Wir wollen mehr Ruhe im Welterbe Oberes Mittelrheintal .....	43
4.2	Wir wollen eine Mobilität, die zukunftsfähig, tragfähig und bezahlbar ist (Brücke, Breitband, Medien) .....	44
4.3	Wir wollen unsere Natur- und Kulturlandschaft schützen und weiter entwickeln sowie die Baukultur pflegen! .....	45
4.4	Wir wollen ein attraktiver Standort für Lebensqualität in den Kommunen sein (Daseinsvorsorge, Stadt- und Dorfentwicklung, Infrastruktur) .....	47
4.5	Wir wollen ein attraktiver Standort für Unternehmen und Arbeitsplätze sein.....	49
4.6	Wir wollen mehr Qualität im Tourismus, Angebote für Jung und Alt, jedes Wetter und jeden Geldbeutel .....	50
4.7	Wir wollen die Vorstellungen der künftigen Generationen von Welterbe-Bürgern schon heute in unsere Planungen einbeziehen (Beteiligung, Haltestrategien).....	51
4.8	Wir wollen die Identifikation mit dem Welterbe stärken und selbstbewusst nach Innen und Außen handeln!.....	53
4.9	Wir wollen in Zukunft intensiver zusammen arbeiten und uns stärker organisatorisch vernetzen .....	55
4.10	Wir wollen unser Welterbe einheitlich touristisch vermarkten .....	56
4.11	Wir wollen die Energiewende welterbeverträglich gestalten .....	58
4.12	Vergleich mit vorhandenen konzeptionellen Arbeiten .....	59
4.13	Zusammenfassende Handlungsempfehlungen .....	63

## 1 Vorwort

Der Masterplanprozess für das Welterbe Oberes Mittelrheintal erfuhr eine sehr starke Unterstützung der Region. So ist die hohe Beteiligung unterschiedlicher Akteure und Bürger an den Workshops sowie an der Zukunftskonferenz zu nennen. Aber auch die engagierten Impulsgeber, Referenten und Experten trugen mit ihren fachkompetenten Beiträgen zu gelungenen Veranstaltungen bei. Die Teilnahme von Schulklassen bzw. einzelner interessierter Schüler und hier insbesondere der Beitrag der UNESCO Realschule plus aus Oberwesel bereicherten den Prozess außerordentlich und zeigten neue Impulse und Ansätze auf.

In den Veranstaltungen wurden trotz unterschiedlicher Positionen konstruktiv, fair und immer zielführend miteinander diskutiert. Das Ergebnis ist eine Vision zur Weiterentwicklung des Welterbegebietes, die von den Menschen in der Region erarbeitet wurde und getragen wird.

Das entra-Team möchte sich ganz herzlich bei allen bedanken, die sich engagiert und motiviert in den Prozess eingebracht und somit entscheidend zum Erfolg beigetragen haben.



Stefan Dietz  
Geschäftsführer entra GmbH

Sandra Heckenberger  
Projektleitung

## 2 Auftrag entra

Das Obere Mittelrheintal ist seit dem Jahr 2002 UNESCO-Welterbestätte. Mit diesem Titel wird die Einzigartigkeit und Authentizität der Kulturlandschaft und deren internationale Bedeutung dokumentiert. Auf diesen natürlichen und kulturellen Potentialen der Region gilt es aufzubauen und weitere Entwicklungsmöglichkeiten im ökonomischen, ökologischen und sozialen Kontext unter Berücksichtigung des Welterbes aufzuzeigen. Der „Masterplan Welterbe Oberes Mittelrheintal“ untersucht genau diese Aspekte und erarbeitet unter Einbezug verschiedener gesellschaftlicher Akteure eine gemeinsame Vision für die Weiterentwicklung des Welterbegebiets.

Im März 2012 erhielt das Unternehmen entra aus Winnweiler/Pfalz vom Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz (Auftraggeber) den Auftrag, den Beteiligungsprozess zur Erstellung des Masterplanes für das Welterbe Oberes Mittelrheintal zu begleiten. Es wurde eine Veranstaltungsreihe mit sechs thematischen Workshops und einer Zukunftskonferenz geplant. In diesem Rahmen sollte eine möglichst breite Beteiligung der Bevölkerung des Welterbes Oberes Mittelrheintal sichergestellt werden. Im Unterschied zu vielen vergleichbaren Prozessen sollten auch jüngere Bevölkerungsgruppen gezielt in den Prozess integriert werden.

entra hatte die Aufgabe, die Veranstaltungen inhaltlich, organisatorisch und methodisch zu konzipieren, vor- und nachzubereiten sowie zu moderieren. Neben allgemeinen Empfehlungen zur Prozessgestaltung wurde für jede Veranstaltung ein geeignetes methodisches Konzept erarbeitet, um einerseits dem Thema und andererseits den unterschiedlichen Kenntnisständen der Teilnehmer gerecht zu werden.

Nach Abschluss der Veranstaltungsreihe wurde die Fülle an Visionen, Zielen, Projekten und Maßnahmen, die in den sechs Workshops und der Zukunftskonferenz von den Teilnehmern erarbeitet wurden, verdichtet und

veranstaltungsübergreifend im vorliegenden Dokument zusammengefasst.



### 2.1 Einordnung des Auftrages in den Masterplan-Prozess

Der Masterplan für das Obere Mittelrheintal basiert zum einen auf den Resultaten der Raumanalyse und zum anderen auf den Ergebnissen des Beteiligungsprozesses. Unter Federführung des Ministeriums für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz wurde in einem ersten Schritt der Status quo im Welterbegebiet anhand bestehender Konzepte und statistischen Datenmaterials ermittelt und in weiteren Schlüsselgesprächen mit regionalen Akteuren und Experten vertieft.

Darauf aufbauend bzw. parallel dazu fand der durch entra begleitete Beteiligungsprozess statt, der es den regionalen Akteuren und Experten aber auch Bürgern ermöglichte, sich aktiv an der Diskussion über die Weiterentwicklung des Welterbegebiets zu beteiligen und eigene Ideen und Visionen in den Prozess einzubringen.

Die Ergebnisse der Raumanalyse sowie des Beteiligungsprozesses werden in einem Masterplandokument, dem eigentlichen Masterplan zusammengeführt. Der Masterplan ist der UNESCO vorzulegen.

## 2.2 Methodisches Konzept

Der Prozessrahmen sowie das Maß der Beteiligung waren durch den Auftraggeber konkret vorgegeben. Anhand dieser Vorgaben wurde das methodische Konzept zur Umsetzung Der Prozessrahmen sowie das Maß der Beteiligung waren durch den Auftraggeber konkret erstellt, bei dem folgende Komponenten bedeutsam waren:

### Prozessklärung

Ein zentraler Erfolgsfaktor für nachhaltige positive Entwicklungsprozesse liegt in der fundierten Prozessklärung. So war es von großer Bedeutung, zu Beginn des Prozesses – im März 2012 – einen entsprechenden Arbeitsschritt vorzusehen und in diesem gemeinsam mit dem Auftraggeber zentrale Anforderungen an die konkrete Prozessgestaltung, Rahmenbedingungen und Rollen intensiv zu klären. Dies geschah im Rahmen von mehreren Gesprächsterminen mit dem Auftraggeber und den wichtigsten beteiligten Institutionen.



### Organisationsstruktur

Zur Prozesssteuerung und zur Vorbereitung der Veranstaltungen wurde zunächst eine aktive und reaktionsschnelle Arbeitsgruppe unter Beteiligung der zentralen Institutionen für das Welterbegebiet ins Leben gerufen: Die Lenkungsgruppe unter der Leitung von Uwe Hüser, dem seinerzeitigen Präsident der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord (SGD Nord) (seit 1. August 2012 Staatssekretär im rheinland-pfälzischen Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung) bestand aus Vertretern des Ministeriums für Wirtschaft, Klimaschutz,

Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz, der Struktur- und Genehmigungsdirektion (SGD) Nord, des Zweckverbands Welterbe Oberes Mittelrheintal sowie dem Beratungsbüro entra.

Die Lenkungsgruppe traf sich in regelmäßigen Abständen, um die Workshops und die Zukunftskonferenz detailliert zu besprechen und vorzubereiten. Auf der Basis des grundlegenden Ablaufplans wurden für jede Veranstaltung ein themenspezifisches Drehbuch und ein methodisches Feinkonzept erarbeitet und abgestimmt. Neben ausgewählten inhaltlichen Impulsen wurde in diesem Zuge auch der einzubeziehende Teilnehmerkreis identifiziert. Die direkte Ansprache wichtiger Schlüsselpersonen erfolgte durch entra und weitere Mitglieder der Lenkungsgruppe.

### Beteiligung

Die Zielsetzungen einer möglichst breiten Beteiligung bei einer gleichzeitigen fundierten Strategieerarbeitung mit Schlüsselpersonen stehen im Gegensatz zueinander. Der gewählte Weg zur Erarbeitung des Masterplans erforderte zum einen die Beteiligung von Akteuren, die für bestimmte Themenfelder stehen und über das entsprechende Know-how verfügen. Andererseits sollten möglichst viele Menschen mit ihren eigenen Interessen und Vorstellungen beteiligt werden, um zu gewährleisten, dass die erarbeiteten Zielvorstellungen und Strategien auch eine breite Zustimmung erhalten. Beide Interessen mussten im gesetzten Rahmen der Erarbeitung des Masterplans und der entsprechenden Veranstaltungen berücksichtigt und erfüllt werden.



Aus diesem Grund wurden die Workshops und die Zukunftskonferenz so konzipiert, dass eine höhere Teilnehmerzahl (ca. 60-70) als ursprünglich beabsichtigt (ca. 30-50) ermöglicht wurde.

### **Moderation**

Von Beginn an wurde großen Wert darauf gelegt, dass sich die Akteure in der Region positiv mit dem Prozess identifizieren. Hierfür waren eine sorgfältige Vorbereitung und eine erfahrene Moderation erforderlich, die sicherstellte,

- ▶ dass sich für die Teilnehmer ein professionell durchdachter und in sich schlüssiger Prozess ergibt,
- ▶ dass in der Zukunft tatsächlich auf vorhandenen Arbeiten und Erkenntnissen aufgebaut wird,
- ▶ dass die eigene Wahrnehmung und Meinung ernst genommen wird, konstruktiv eingebracht werden kann und somit ein gemeinsam getragenes und wirklich „erarbeitetes“ Ergebnis entsteht.



### **Grenzen der Bearbeitungstiefe**

Mit dem Ziel einer möglichst breiten Beteiligung und dem vorgegebenen Veranstaltungs- und Zeitrahmen ergaben sich gewisse Grenzen in Bezug auf die Bearbeitung und Konkretisierung der Themenfelder. So musste es in der Moderation zunächst gelingen, die unterschiedlichen Akteure – ausgehend von einem gemeinsamen Kenntnisstand sowie einer gemeinsame Einschätzung über den Status quo – auf die gemeinsame Arbeitsphase einzustimmen.

Die zentrale Aufgabe der Teilnehmer lag in der Identifikation der wichtigsten Handlungsfelder und der Erarbeitung von Zielvorstellungen und Strategien für die weitere Entwicklung dieser Handlungsfelder. Soweit möglich sollten die strategischen Ansätze bereits mit konkreten Projektvorschlägen unterlegt werden, um sie möglichst plastisch und greifbar zu machen.

Die kritische Diskussion einzelner Projekte und ihre Gewichtung und Priorisierung untereinander konnte aufgrund des eng gesteckten Prozessrahmens nicht realisiert werden. Ebenso konnten keine verbindlichen Arbeitsstrukturen mit entsprechenden Beteiligten und funktionierenden Arbeitsgruppen etabliert werden, da auch hierzu das intervallartige Arbeiten in mindestens 2-3 Terminen in konsistenter Teilnehmergruppe je Thema erforderlich ist.

Diese Grenzen sind bei der Bewertung der nachfolgenden Ergebnisse unbedingt zu beachten. Mit dem erreichten Bearbeitungsstand können zusätzlich zum Bezug auf die Anforderungen des Masterplanprozesses selbst jedoch bereits bestmögliche Vorarbeiten für zu empfehlende weiterführende, eher umsetzungsorientierte Prozesse zur regionalen Entwicklung im Welterbegebiet vorgelegt werden.

### 3 Beteiligungsprozess

Nach Auftragserteilung und Klärung der Rahmenbedingungen des Prozesses konstituierte sich die Lenkungsgruppe, die die Aufgabe der Prozesssteuerung und der Veranstaltungsvorbereitung übernahm. Die inhaltliche Ausgestaltung der Veranstaltungen wurde durch die vorbereitende Raumanalyse des Auftraggebers unterstützt.

Im Zeitraum von Mai bis Juni 2012 fanden sechs thematische Workshops zu den Kernthemen der Region statt. Die Ergebnisse der Workshops wurden in der Zukunftskonferenz im August präsentiert. Mit Hilfe neuer Impulse wurde in der Zukunftskonferenz an den Ergebnissen weitergearbeitet.

Nach Fertigstellung des Masterplans ist zu überlegen, wie mit den Ergebnissen des Beteiligungsprozesses umgegangen wird und wie die Umsetzung in Bezug auf die vorhandenen Organisations- und Finanzstrukturen erfolgen kann.

#### 3.1 Methodik und Beteiligung

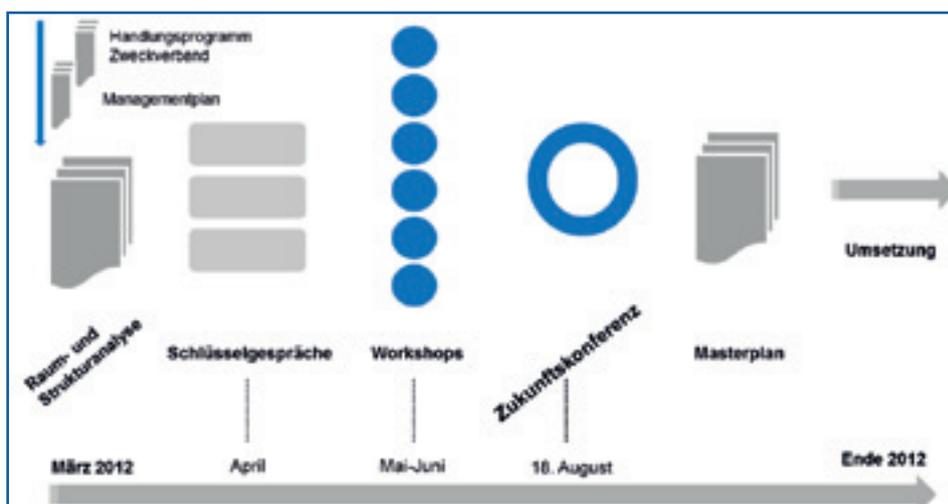
Der Masterplan Welterbe Oberes Mittelrheintal startete bereits am 4. November 2011 mit einer Auftaktveranstaltung in St. Goar. An diesem Termin wurden die elf Kernthemen mit den größten Entwicklungspotentialen und -chancen für das Welterbegebiet definiert. Zur Vorbereitung der Beteiligungsphase wurden diese Kernthemen von Auftraggeber und entra in Abstimmung mit der Lenkungs-

gruppe zu sechs Themenschwerpunkten zusammengefasst. Analog hierzu wurden die **Workshops** konzipiert, organisiert und durchgeführt.

Zur Erarbeitung einer gemeinsamen Vision und zur Identifikation mit dem Prozess war es wichtig, dass sich möglichst viele engagierte Akteure, Interessierte und Experten am Prozess beteiligen. Daher wurden Schlüsselpersonen und Experten, die für bestimmte Themenfelder stehen und bereits Aktivitäten hierzu entwickelt haben, gezielt durch Mitglieder der Lenkungsgruppe angesprochen und zu den Veranstaltungen eingeladen. Parallel dazu wurde die Öffentlichkeit über eine kontinuierliche Pressearbeit informiert und motiviert, an den Veranstaltungen teilzunehmen. Die Kommunikation erfolgte hauptsächlich über die Website des Masterplans [www.masterplan-mittelrheintal.de](http://www.masterplan-mittelrheintal.de) und den direkten Kontakt zu den Ansprechpartnern des Prozesses. Darüber hinaus wurde u.a. eine zentrale Kontaktstelle bei der SGD Nord mit der Emailadresse [masterplan@sgdnord.rlp.de](mailto:masterplan@sgdnord.rlp.de) eingerichtet. Während des gesamten Prozesses war es somit möglich, Ideen oder sonstige Anregungen zum Prozess dort einzureichen. Die Ideen wurden dann in die Workshops eingebracht und je nach Interesse der Teilnehmer weiter vertieft.

In den Workshops sollten die Kernthemen der Region mit möglichst vielen engagierten Akteuren vertiefend bearbeitet werden. Es

sollten die wichtigsten strategischen Handlungsfelder definiert und jeweils entsprechende Strategien erarbeitet werden. Mit jeweils rund 90 Teilnehmern pro Workshop war die Beteiligung sehr hoch.



**Abbildung 1:** Masterplanprozess, entra

Die Teilnehmerstruktur war heterogen; es haben v.a. Unternehmen, touristische Leistungsträger, Touristiker, Bürgermeister, Vertreter aus Politik sowie der Landesbehörden, Kammern, Vereine und Verbände und insbesondere engagierte Bürger teilgenommen. Aber auch jüngere Bevölkerungsgruppen konnten gezielt für die Workshops gewonnen werden. So nahmen Schulklassen aus der Region an zwei Workshops („Wirtschaft und Energie“ sowie „Regionale Identität“) teil und brachten ihre Vorstellungen und Bedürfnisse ein. Die Ergebnisse der thematischen Workshops wurden im Nachgang analysiert und zusammengefasst und auf insgesamt **11 Visionen** verdichtet (siehe auch Kapitel 4).

Die **Zukunftskonferenz**, die am 18. August 2012 in St. Goar stattfand, wurde dazu genutzt, an den Ergebnissen aus den Workshops in einem größeren Veranstaltungsformat weiterzuarbeiten. Den rund 200 Teilnehmern, von denen die meisten bereits an einem oder mehreren Workshops teilgenommen hatten, wurden die zusammengefassten Ergebnisse der Workshops kurz vorgestellt. Durch vorbereitete Wandzeitungen konnte in der Arbeitsphase auf alle bisherigen Ergebnisse detailliert zurückgegriffen werden.

Diese wurden in einer intensiven Arbeitsphase weiter konkretisiert. Impulsreferate zeigten Trends und Visionen auf, die die Teilnehmer zum visionären Denken animieren sollten. Eine Schülergruppe aus der Region brachte sich ebenfalls aktiv ein und präsentierte den Teilnehmern ihre Vision für eine lebenswerte Heimat. Eine Prioritätensetzung zu den 11 Visionen durch die Teilnehmer der Zukunftskonferenz zeigte deutliche Schwerpunkte in der Einschätzung der Bedeutung der identifizierten Themen auf.

Die Ergebnisse der Workshops und der Zukunftskonferenz sowie die Impulsvorträge wurden auf der Website des Ministeriums unter [www.masterplan-mittelrheintal.de](http://www.masterplan-mittelrheintal.de) direkt im Anschluss an die jeweilige Veranstaltung eingestellt. In Form von Kurz- und Fotoprotokollen wurden alle Arbeitsphasen detailliert dokumentiert.

## 3.2 Thematische Workshops

Von Mai bis Juni 2012 fanden sechs thematische Workshops zu den Kernthemen der Region an verschiedenen Orten im Oberen Mittelrheintal statt:

1. **Tourismus**  
09. Mai 2012 in der Stadthalle in Boppard
2. **Mobilität, Verkehr, Lärm**  
16. Mai 2012 in der Jugendherberge in Kaub
3. **Wirtschaft und Energie**  
30. Mai 2012 in der Stadthalle in Lahnstein
4. **Kommunen entwickeln**  
11. Juni 2012 im Rathaus in Rüdesheim
5. **Kultur, Landschaft, Bauen, Tourismus und mehr...**  
12. Juni 2012 in der SGD Nord in Koblenz
6. **Regionale Identität**  
20. Juni 2012 in der Mittelrheinhalle in Bacharach

und wurden als ganztägige Veranstaltungen von 10:00 bis 16:00 Uhr durchgeführt. Es wurde den Workshops eine einheitliche, inhaltliche Struktur zugrunde gelegt, um im Weiteren eine sinnvolle Zusammenfassung der Ergebnisse sowie die Weiterarbeit an den Themen in der Zukunftskonferenz zu ermöglichen. Der Feinablauf wurde für jedes Thema den spezifischen Anforderungen der Themen und Teilnehmer angepasst.



**Abbildung 2:** Struktur der Themenworkshops, entra

So starteten die Workshops zunächst mit einer kurzen Begrüßung sowie einer Vorstellung des Masterplanprozesses, seinen Zielen und einer motivierenden Einführung in das jeweilige Thema. Als Auflockerung und zum gegenseitigen Kennenlernen wurde in allen Workshops mit einer „Warm-up“-Phase begonnen, die mit themenspezifischen Fragen einen Austausch der Teilnehmer untereinander unterstützte.

In den Workshops wurde zunächst der Status quo erarbeitet und bewertet. Durch kurze fachliche Impulse zentraler Akteure aus der Region in Form von Vorträgen, Präsentationen oder Expertenrunden wurde zunächst ein gemeinsamer Kenntnisstand über den aktuellen Stand der Entwicklung hergestellt. Darüber hinaus wurden den Workshopteilnehmern durch Best-practice-Beispiele Perspektiven und Möglichkeiten aufgezeigt, die sie ermutigen sollten, eigene Visionen für das Welterbegebiet zu entwickeln. Auf dieser Basis wurde dann eine Einschätzung der Situation aus Sicht der Teilnehmer vorgenommen. Dabei sollte durch die Bewertung des bisher Erreichten einerseits ein Erfolgswusstsein aufgebaut und andererseits die wirklich zentralen Entwicklungsengpässe aufgedeckt werden.

Darauf aufbauend sollten die Teilnehmer die wichtigsten strategischen Handlungsfelder identifizieren. Dies erfolgte durch Zurufe aus dem Plenum. Im Anschluss wurden die Handlungsfelder in einer zweistufigen Gruppenarbeitsphase intensiv bearbeitet. Die Teilnehmer konnten sich je nach Interesse in die Gruppen einbringen. In einer ersten Arbeitsphase wurden Stärken, Engpässe, Herausforderungen und Chancen erarbeitet. Anschließend wurden in der zweiten Arbeitsphase konkrete Ziele, Strategien, mögliche Projekte, Beteiligte und die ersten Umsetzungsschritte benannt. Die Ergebnisse der Arbeitsgruppenphase wurden von den Arbeitsgruppenteilnehmern vorgestellt und im Plenum diskutiert und ergänzt.

### 3.2.1 Tourismus

Mit insgesamt vier unterschiedlichen Impulsen wurden wichtige Aspekte in Bezug auf den Tourismus und seine Entwicklung im Oberen Mittelrheintal aufbereitet und den Teilnehmern präsentiert:

**Impuls 1:** Tourismus im Oberen Mittelrheintal  
(*Claudia Schwarz, Geschäftsführerin der Romantischer Rhein Tourismus GmbH*)

**Impuls 2:** Chancen und Herausforderungen im Auslandsmarketing – Qualität, Regionalität und Kultur als Fundamente der Tourismusstrategie  
(*Dr. Achim Schloemer, Geschäftsführer der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH*)

**Impuls 3:** Experteninterview  
(*Nadya König-Lehrmann, Geschäftsführerin des Zweckverbandes Welterbe Oberes Mittelrheintal, Gereon Haumann, Präsident des Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DeHoGa) Rheinland-Pfalz, Lothar Weinand, Präsident des DeHoGa Rheinland und Gastronom auf der Burg Sterrenberg, sowie Andreas Stüber, Inhaber des Rhein-Hotels „Stüber’s Restaurant“*)

**Impuls 4:** Trends und Entwicklungen im Tourismus  
(*Andrea Talevski, entra*)



Die Impulsvorträge und die Beiträge in der Expertenrunde machten deutlich, dass die Anerkennung der Region als Welterbegebiet wichtige Entwicklungsimpulse für den Tourismus gegeben hat. Seitdem wurden erfolgreiche Organisations- und Finanzstrukturen wie der Zweckverband Welterbe Oberes Mittelrheintal geschaffen, die um den Erhalt und die Weiterentwicklung der einzigartigen Kulturlandschaft bemüht sind. Der Zweckverband und die Romantischer Rhein Tourismus GmbH unterstützen gemeinsam eine einheitliche Vermarktung der Region. Im Rahmen dieser Kooperation sind bereits einige erfolgreiche Projekte entstanden, die sich positiv auf die touristischen Leistungsträger und somit auf die Angebotsstruktur ausgewirkt haben. Die Rheinromantik und der Status des UNESCO-Welterbes üben eine besondere Anziehungskraft auf ausländische Gäste aus. Diesen Effekt gilt es in Zukunft auszubauen, indem in diesem Bereich zielgruppengerechte Angebote geschaffen werden. Die Teilnehmer identifizierten den Tourismus als bedeutenden Wirtschaftsfaktor für die Region, den es weiterzuentwickeln gilt. Hierfür müssen aber auch Rahmenbedingungen geschaffen werden, die eine positive Entwicklung des Oberen Mittelrheintals fördern. Konkret wurden Stärken, Schwächen und Engpässe erarbeitet, die von den Teilnehmern priorisiert wurden. Nachfolgend werde diese nach ihrer Wichtigkeit in Tabellenform dargestellt.



<b>Stärken:</b>	<b>Engpässe:</b>
<p><b>Kultur/Landschaft</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kultur und Landschaft erleben und inszenieren</li> <li>• Burgen, Schlösser, Kulturdenkmäler, Natur, Rhein</li> <li>• Wein, Weinfrühling, Mittelrheinmusikfestival</li> <li>• Kulturerbe</li> </ul> <p><b>Rheinromantik</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wein, Burgen, Romantik</li> <li>• Rhein als verbindendes Element</li> </ul> <p><b>Kooperation/Vernetzung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welterbegastgeber und Welterbe-Gästeführer</li> <li>• Zweckverband + Romantischer Rhein als verbindendes Element</li> <li>• Planungsgrundlagen vorhanden</li> <li>• Kooperationen, Individualität</li> <li>• Handlungsfähige Strukturen</li> <li>• Vernetzung der touristischer</li> <li>• Leistungsträger</li> </ul> <p><b>Wander- und Radwege</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualifizierte Rad- und Wanderwege</li> <li>• Wander- und Radurlaub</li> <li>• Wandern und Radfahren mit besserer Zuganbindung</li> </ul> <p><b>Wein/Produkt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkt Wein</li> <li>• Wein und Gastronomie</li> </ul> <p><b>Image/Bekanntheit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Image Welterbestatus</li> <li>• Weltweite Bekanntheit des Rheintals</li> <li>• Starke Außenwahrnehmung</li> </ul> <p><b>Bewusstsein/Identität</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bewusstsein, Identität ist gewachsen</li> <li>• Verbundenheit im Tal</li> <li>• Regionalität, Gemeinschaftsgefühl, gemeinsame Werbung</li> <li>• Weltweite Bekanntheit des Rheintals</li> <li>• Starke Außenwahrnehmung</li> </ul> <p><b>Qualitätsbewusstsein</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bei Menschen und im Angebot</li> </ul>	<p><b>Lärm</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkehrsinfrastruktur</li> <li>• Bahnlärm</li> </ul> <p><b>Bauen und Investitionen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitionsstau, 50er-Jahre-Standard</li> <li>• Bauliches Erscheinungsbild, unattraktive Ortsbilder</li> <li>• Zu wenig moderne Hotellerie, Leerstände (Hotel, Gastronomie)</li> </ul> <p><b>Rheinquerung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlende Rheinquerung</li> <li>• (Rheinbrücke)</li> <li>• Trennende Funktion des Rheins, natürliche Grenze</li> </ul> <p><b>Qualität</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsbewusstsein in Hotellerie und Gastronomie, mangelnde Servicequalität</li> <li>• Altbackene Gastronomie, mangelnde Standards</li> <li>• Öffnungszeiten der Tourist Informationen am Wochenende</li> <li>• Qualitätsschwankungen in Hotellerie, Gastronomie, Tourist Informationen</li> </ul> <p><b>Kommunikation und Vernetzung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stammtische der Leistungsträger sind weggefallen</li> <li>• Mangelnde Kommunikation und Vernetzung der Akteure/Leistungsträger</li> <li>• Starkes Kirchturmdenken der Kommunen</li> <li>• Innenmarketing: Bewusstseinsbildung/Information</li> <li>• Informationsdefizite im Tal</li> </ul> <p><b>Saisonverlängerung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nebensaison</li> <li>• schwache Wintersaison, Winterprogramm</li> </ul> <p><b>Umsetzung und Strukturen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzierung der Aufrechterhaltung der geschaffenen Strukturen</li> <li>• Handeln nach Zielen</li> </ul> <p><b>Technische Infrastruktur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schlechte DSL-Versorgung (Qualität und Flächenversorgung)</li> <li>• Internetpräsenz (Social Media)</li> </ul> <p><b>Touristiker als Sprachrohr müssen Profis sein</b></p> <p><b>Beratung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebsberatung</li> <li>• Unternehmensnachfolge, Investitionsstau</li> </ul> <p><b>Wettbewerbsstärkung der Region</b></p>

## Herausforderungen

### Qualitätssteigerung

- Qualitätsbewusstsein bei Gastgebern = Lebensqualität für Bewohner
- Förderprogramme für Hotellerie, Gastronomie, Weinbau
- Qualitätssteigerung, veraltete Hotellerie verbessern

### Lärm

- Bahnlärm, Alternativtrasse für Güterverkehr
- Reduzierung: Nachtfahrverbot, Nutzung der technischen Möglichkeiten zur Lärmreduzierung

### Ortsbilder

- Leerstände
- Sanierung, Gestaltung und Belebung der Ortskerne
- Gestaltung und Erhalt von Ortsbildern
- Entwicklung der Stadtkerne

### Saisonale Angebote

- Angebotsentwicklung, Saisonverlängerung, Belebung der ruhigen Monate
- Ganzjahressaison, Attraktivierung der Wintermonate

### Demographischer Wandel

- Demographischer Faktor: Barrierefreiheit, Betriebsübergang, Leerstände
- Bevölkerungsrückgang

### Verwaltungsreform

### Wir-Gefühl

- Wir-Gefühl, Begeisterung und Kooperation stärken
- Herausheben der regionalen Stärken – wir sind stolz auf die Region
- Partizipation der Bevölkerung, regionalen Stolz wecken
- Wertschöpfung durch Wertschätzung

### Finanzausstattung

- Umgang mit schlechter Finanzausstattung (Finanzierungsmodelle)

### Kommunikation und Information

- Einheitliches Informationssystem für das ganze Tal, Bündelung des Wissens
- Verbesserung der Kommunikation der Leistungsträger

### Inszenierung

- Weiterentwicklung des Rheintals mit „Fingerspitzengefühl“
- Inszenierung

### Zielgruppen

- Akquisition neuer Zielgruppen
- Auslandsmarketing/Fremdsprachen

### Internet

- Verbesserung der Kommunikationsinfrastruktur
- Verstärkte Nutzung des Wettbewerbsfaktors Internet

### Infrastruktur

- Flächendeckend bedarfsgerechte Gastronomie
- Durchgängiger Radweg auf beiden Rheinseiten
- Verbesserung der Wander,- Rad- und Wasserwanderstrukturen

### Arbeitskräfte

- Qualifiziertes Personal im Tourismusbereich
- Qualifizierte Besetzung von Arbeitsplätzen

### Barrierefreiheit herstellen

Im Anschluss wurden folgende Handlungsfelder identifiziert, zu denen in der Gruppenarbeitsphase entsprechende Strategien erarbeitet wurden:

1. Alternative Übernachtungen (auch preisgünstig)
2. Kultur
3. Gemeinsame Struktur
4. Welterbe-Zeitung (Informationsnetzwerk/Datenbank (Gast/Akteure))
5. Regionale Produkte und regionale Marke
6. Wanderregion Nummer 1
7. Fachkräfte sichern/Betriebe erhalten
8. 8 Strandbäder
9. Saisonverlängerung
10. Qualitätssicherung und -steigerung

In der nachfolgenden Tabelle sind die Handlungsfelder mit den jeweiligen Zielen, Strategien und Projekten sowie Beteiligte und Strukturen als Themenspeicher aufgeführt.

Handlungsfeld	Ziele	Strategien und Projekte	Beteiligte und Strukturen
Alternative Übernachtung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vielfalt für unterschiedliche Zielgruppen</li> <li>• Umnutzung der leerstehenden Flächen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Übernachtungen als Event, z.B. in Hütten, Stationen, Höhlen, Kirchen, Kulturdenkmälern, auf Schiffen, Weinberg, ...</li> <li>• Folgenutzung von Leerständen als Übernachtungsmöglichkeit wie Ferienwohnungen statt neuer Feriendörfer, Bahnhöfe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gemeinden</li> <li>• Lokale Banken zur Finanzierung</li> <li>• LEADER-Fördermittel</li> <li>• Baukultur, Architektenkammer</li> <li>• Eigentümer</li> <li>• Zweckverband und Touristiker</li> <li>• Vereine</li> </ul>
Kultur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kulturgeschichte inszenieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Heimatkunde (Grundschule)</li> <li>• Burgenkonzept (ein Thema je Burg)</li> <li>• „Kelten auf Wanderung“</li> <li>• Rheinlimes (Bsp. Kastell)</li> <li>• Römische Inszenierung (Römerschiffe, Märkte, Feste)</li> <li>• Wiederbelebung der „Rheinfelssaga“, Freilichttheater auf Burgen</li> <li>• Floßbau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schulen, Hochschulen</li> <li>• Generaldirektion Kulturelles Erbe</li> <li>• Eigentümer</li> <li>• Bürger</li> </ul>
Gemeinsame Struktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrative Einheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreisgrenzen neu ordnen</li> <li>• Verbandsgemeinden im Tal zusammenführen</li> <li>• Kommunale Tourist Informationen werden zu Filialen der RPT</li> <li>• Gemeinsame Freizeit-Card für das gesamte Tal</li> <li>• Aufklärung und Sensibilisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bevölkerung</li> <li>• Kommunalpolitik</li> <li>• Landespolitik</li> <li>• Struktur- und – Genehmigungsdirektion Nord</li> </ul>
Welterbe-Zeitung, Info-Netzwerk, Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserung der Infoqualität/ -möglichkeiten für die Bevölkerung, touristische Akteure und Gäste</li> <li>• Verbessertes Innenmarketing</li> <li>• „Kirchtürme“ abbauen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welterbe-Zeitung 2 x jährlich</li> <li>• Internet (+ Deskline-Buchungssystem)</li> <li>• Web 2.0 (Neue Kommunikationswege, Social Media)</li> <li>• Rheintal tour</li> <li>• Newsletter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH</li> <li>• Zweckverband</li> <li>• Lokale Tourist Informationen</li> <li>• Welterbegastgeber</li> <li>• Alle touristischen Akteure</li> </ul>
Regionale Produkte, regionale Marke	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Heimat schmeckt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Landschaftspflege durch Nutzung (Wein, Obst, Ziegen, Fischerei)</li> <li>• Markenetablierung unter Einbezug von Erzeugern, Veredlern, Vermarktern</li> <li>• Regionalität in Küche und Keller (Gastronomie) stärken</li> <li>• Regionale Produkte in Supermärkten, Regionalläden, „Welterbe-Genuss-Lädchen“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erzeuger</li> <li>• Veredler</li> <li>• Vermarkter</li> <li>• Interessenvertreter</li> <li>• Zweckverband</li> <li>• Gastronomie</li> <li>• Touristik</li> </ul>

<p>Wanderregion Nr. 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bessere Inszenierungen</li> <li>• Erlebniswanderungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modernes Know-how beschaffen</li> <li>• Unerwartetes kombinieren (Wandern + x)</li> <li>• Angebote alters-, familienspezifisch ausrichten</li> <li>• Individuelle Führungen</li> <li>• Bed &amp; Hike</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbände</li> <li>• Vereine</li> <li>• Bundesverband der Gästeführer Deutschland</li> <li>• Gästeführer</li> <li>• Tourist Informationen</li> </ul>
<p>Fachkräfte sichern, Betriebe erhalten (Nachfolge)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gewährleistung gut aufgestellter Gastronomie/Hotellerie im Welterbegebiet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraktivitätssteigerung in Bezug auf Gastronomiegewerbe/Region</li> <li>• Schulungen/Seminare für Betriebsinhaber (Fortführung)</li> <li>• Überregionaler Vergleich (Best-practice)</li> <li>• Mehr Zertifizierungen (Welterbegastgeber)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deutscher Hotel- und Gaststättenverband</li> <li>• Länder</li> <li>• Kommunen</li> </ul>
<p>8 Strandbäder</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ursprüngliches Badevergnügen im Rhein erlebbar machen</li> <li>• Strandfeeling</li> <li>• Sportliche Aktivitäten</li> <li>• Gesundheitsförderung (Kneipp)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfassung bereits bestehender (+ historischer) geeigneter Orte</li> <li>• Auswahl von Modellprojekten (ähnliche Rheinblicke)</li> <li>• Badeschiffe</li> <li>• Marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunen</li> <li>• Wasser- und Schifffahrtsämter</li> <li>• Deutsche Lebensrettungs-Gesellschaft e.V.</li> <li>• Regierungspräsidium (Hessen)</li> <li>• Campingplatz-Betreiber</li> <li>• Untere Naturschutzbehörde</li> <li>• Touristische Dachorganisationen, Tourist-Informationen</li> <li>• Vereine</li> </ul>
<p>Saisonverlängerung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausweitung der Öffnungszeiten aller touristischen Einrichtungen</li> <li>• Bessere Auslastung der touristischen Einrichtungen</li> <li>• Ganzjährige Beschäftigung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Themenangebote</li> <li>• Spezifische Angebote für Vor- und Nachsaison</li> <li>• Festivals im Winter, Kulturprogramme</li> <li>• Frühlingsblüte/„Kirschblüte“</li> <li>• „Most wird zu Wein“</li> <li>• „Entertainment“</li> <li>• Kombination mit lebendiger Geschichte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotellerie</li> <li>• Gastronomie</li> <li>• Burgen</li> <li>• Schiffe</li> <li>• Winzer</li> <li>• Presse</li> <li>• Bevölkerung</li> <li>• Tourist Informationen</li> </ul>
<p>Qualitätssicherung und -steigerung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsleuchttürme herausstellen – Vorbilder</li> <li>• Kompetenzzentrum Welterbe-Tourismus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öffentlichkeitsarbeit über Zertifizierungen, Kooperationen</li> <li>• Intensivierung der Zusammenarbeit von Touristikern und Leistungsträgern</li> <li>• Kurzfristige Angebotsanpassung an Zielgruppennachfrage (Packages, Internet) → Touristiker + Leistungsträger</li> <li>• Internetnutzung in TI zur Gästeförderung</li> <li>• Aufklärung über den Mehrwert von Zertifizierungen und Klassifizierungen → Förderung von Weiterbildungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Touristiker</li> <li>• Leistungsträger</li> <li>• Kommunen</li> <li>• Vereine</li> <li>• Kunden + Gäste (Bewertung, Feedback)</li> <li>• Regionalagenturen</li> <li>• Zweckverband</li> </ul>

### 3.2.2 Mobilität, Verkehr, Lärm

Die Themen Lärm und Rheinquerung – hier insbesondere die Mittelrheinbrücke – sind von großer gesellschaftspolitischer Brisanz im Welterbegebiet. Von daher wurde der methodische Ablauf des Workshops leicht modifiziert, um ausreichend Raum für Diskussionen zu geben. In zwei parallel verlaufenden Arbeitsgruppen wurden die Themen am Vormittag bearbeitet. Am Nachmittag befassten sich die Teilnehmer mit der Mobilität im Allgemeinen.

Die Teilnehmer wurden mit zwei Impulsreferaten auf das Thema eingestimmt:

**Impuls 1:** Mobilität, Verkehr und Lärm im Oberen Mittelrheintal – am Vormittag  
(Günter Kern, Landrat und Vorsitzender des Zweckverbands Welterbe Oberes Mittelrheintal)

**Impuls 2:** Mobilitätskonzept der Welterbe-region Wachau – am Nachmittag  
(Michael Schimek, Geschäftsführer Arbeitskreis Wachau)

Beim Thema Lärm und Erschütterungen gab es einen breiten Konsens. Ein ruhiges Tal mit einer hohen Lebensqualität wurde von allen Teilnehmern als oberstes Ziel gefordert und als Querschnittsthema mit vielfältigen Auswirkungen auf Tourismus und Lebensqualität identifiziert.

Das Thema Rheinquerung und hier insbesondere die feste Rheinquerung in Form einer Brücke wurden sehr intensiv diskutiert. Um das gesamte Tal als attraktiven Wohn-, Arbeits- und Wirtschaftsstandort zu positionieren, wird die Vernetzung der rechts- und linksrheinischen Gebiete als besonders bedeutsam erachtet. Einer festen Rheinquerung, die in Dimension, Form und Gestaltung „welterbeverträglich“ ist, werden die größten wirtschaftlichen und sozialen Effekte zugesprochen, sodass diese von der breiten Mehrheit der Teilnehmer eingefordert wurde. Die Impulsvorträge machten diesbezüglich

deutlich, dass eine Verengung auf das Thema Brücke nicht zielführend sein kann. Es müssen darüber hinaus kurz- und mittelfristige Maßnahmen ergriffen werden, die zur stärkeren Vernetzung der Region beitragen.

Das Mobilitätskonzept der Wachau stellte ein positives Beispiel der Vernetzung unterschiedlicher Verkehrsmittel dar. Es konnten gute Impulse zum ÖPNV eingespielt werden, die sich in der Bearbeitung der Handlungsfelder widerspiegelten. Ein wichtiger Aspekt hierbei war die Abstimmung und bedarfsgerechte Ausweitung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV).

Folgende Handlungsfelder wurden zum Thema „**Lärm**“ bearbeitet:

- ▶ Kommunikation
- ▶ Rechtsgrundlagen
- ▶ Kurzfristige Maßnahmen
- ▶ Neue Gütertrasse

Zum Thema „**Rheinquerung**“ wurden die folgenden Handlungsfelder bearbeitet:

- ▶ Brücke (in zwei Arbeitsgruppen)
- ▶ Fährverkehr
- ▶ Rad- und Fußgängerbrücke
- ▶ Gesamtkonzept

Zum Thema „**Mobilität**“ wurde den folgenden Handlungsfeldern eine wichtige Bedeutung zugewiesen:

- ▶ Klima- und Umweltschutz
- ▶ Ortszugänge
- ▶ Gefahrguttransporte
- ▶ ÖPNV und insbesondere die Anbindung der Höhengemeinden
- ▶ Touristische Angebote
- ▶ Radwege

In nachfolgender Tabelle sind die Handlungsfelder mit ihren Zielen und Visionen sowie deren Engpässe aufgeführt. Weiter werden die erarbeiteten Lösungen, Strategien und Projekte sowie die hierfür notwendigen Beteiligten benannt.

Handlungsfeld	Ziel/ Vision	Engpässe	Lösung/ Strategie/ Projekte	Beteiligte
Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kein Güterverkehr im Rheintal</li> <li>Gemeinsame Strategie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Imageschaden/-verlust</li> <li>Unterschiedliche Interessen Bürgerinitiative – Touristiker</li> <li>Kommunikation der vorhergehenden Gutachten bzgl. Lärm usw. an alle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kooperationsgespräche zwischen Bürgerinitiativen und touristischen Akteuren</li> <li>Sensibilisierung der Gastronomiebetriebe</li> <li>Regelmäßige Arbeitsgruppentreffen mit Bürgerinitiative und Touristikern sowie Informationsbereitstellung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bürgerinitiative</li> <li>Romantischer Rhein Touristik</li> <li>Zweckverband</li> <li>Touristiker</li> <li>Betriebe</li> <li>Deutscher Hotel- und Gäststättenverband</li> <li>Kommunen</li> <li>Deutsche Bahn AG</li> </ul>
Rechtsgrundlagen, Verbesserung der rechtlichen Situation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dass für Bestandsstrecken gleiche Rechts-situation geschaffen werden wie für Neubaustrecken</li> <li>Gefahrguttransporte: gleiche Einschränkung für alle (LKWs)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rechtliche Vorteile der DB als Staatsbetrieb beschränken</li> <li>Rechtsweg für Bürger ist eingeschränkt</li> <li>Definitions- und Interpretationsschwierigkeiten, DB legt aus wie sie will</li> <li>Problem: Eigentümer ist gleichzeitig Gesetzgeber</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lärmabhängige Trassengebühren und einheitliche Preise (Bsp. Schweiz)</li> <li>Umsetzung des 10-Punkte-Programms</li> <li>Zwang zur Umsetzung der Lärmaktionsplanung, dazu rechtliche Grundlagen schaffen</li> <li>Echte Bürgerbeteiligung ermöglichen, Rechtsraum dazu schaffen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EU-Gesetzgeber</li> <li>Bundesrepublik</li> <li>Bürgerbeteiligung</li> </ul>
Kurzfristige Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zukunft der Kinder und der Gesundheit sichern</li> <li>Rechtsgrundlage schaffen</li> <li>Lärm- und Erschütterungsarmes Rheintal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fehlende Rechtsgrundlage am Schienenweg</li> <li>Politischer Wille, Druck</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Flüsterweichen</li> <li>Abschaffung der Abzugsberechtigung bei Lärmpegelmessungen bei der Schiene</li> <li>Geschwindigkeitsreduzierung liegt im Bundesrat vor</li> <li>Nachfahrverbot für schlechtes Material</li> <li>Federung</li> <li>Leichtes, dreharmes Gestell</li> <li>Trassenpreise europaweit vereinheitlichen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deutsche Bahn AG</li> <li>Länder/Bund</li> <li>Eisenbahn-Bundesamt EU, Internationaler Eisenbahnverband (UIC)</li> <li>Eisenbahnverkehrsunternehmen (EVU) international + Verladeunternehmen</li> <li>Politik ist gefordert, Druck zu machen</li> </ul>

<p>Neue Gütertrasse</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kein Güterverkehr im Tal</li> <li>Streckenzustand schlecht, Frage der Anpassung wegen Internationalisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mangelhafte Kommunikation zwischen Bund/Land und EU</li> <li>Finanzierung</li> <li>Fehlende Planung</li> <li>Mangelnde Information der Betroffenen (Bürger, Initiativen)</li> <li>(langfristige) Trassenplanung verhindert Ziele</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alternative Transportwege, nicht über linksrheinische Seite</li> <li>Machbarkeitsstudie, danach in den Bundesverkehrswegeplan</li> <li>Planung muss jetzt beginnen</li> <li>Bürgerprotest verstärken, um Druck zu erhöhen, analog zu Stuttgart 21</li> <li>Risikoanalyse nach EU-Recht und Offenlegung der Ergebnisse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bundesregierung, EU, Land, Projektgruppe Welterbe, Zweckverband, Landkreise</li> <li>Eisenbahnbundesamt, Logistikunternehmen</li> <li>Kammern</li> </ul>
<p>Brücke I</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brücke muss in den Masterplan</li> <li>Brücke muss gebaut werden!</li> <li>Gleichwertige Lebens- und Arbeitsbedingungen</li> <li>Ungehinderter Austausch von Waren und Dienstleistungen</li> <li>Straßenausbau und damit verbesserte Anbindung an die Ortschaften auf der Höhe</li> <li>Tourismus fördern</li> <li>Schöne Brücke würde zusätzlich Touristen anlocken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Koalitionsvertrag 2011–2016</li> <li>Rhein trennt Wirtschaft (weniger Einnahmen) und Anwohner</li> <li>Fehlende Arbeitsplätze, Wegzug, Leerstand</li> <li>Welterbestatus/Kulturlandschaft</li> <li>Zu hohe Kosten der Fähren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brückenplanungen fortsetzen</li> <li>Landesentwicklungsplan IV/Regionaler Raumordnungsplan</li> <li>Raumordnungsverfahren</li> <li>Rückgriff auf vorhandene Gutachten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bürger</li> <li>Wähler</li> <li>Wirtschaft</li> <li>Landesregierung</li> <li>Kommunen</li> </ul>
<p>Brücke II</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mautfreie Brücke</li> <li>Gleichwertige Lebens- Arbeitsbedingungen</li> <li>Ungehinderter Austausch von Waren und Dienstleistungen</li> <li>Verbesserte Anbindung an die Höhen</li> <li>Förderung des Tourismus</li> <li>Stopp des Leerstands/Wegzugs aus Tal</li> <li>Chancengleichheit mit anderen Regionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Rhein trennt (Wirtschaft, Anwohner)</li> <li>Fehlende Arbeitsplätze, Auswanderung</li> <li>Wertverlust der Immobilien</li> <li>Welterbestatus/Kulturlandschaft, Käseglocke?</li> <li>Fähren: Karten, Zeiten,</li> <li>Leistungskraft: Jugend, Arbeit, Alter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realisierung der Brücke</li> <li>Ergänzende Angebote: Fähren, Wassertaxi</li> <li>Planungsverfahren weiterbetreiben</li> <li>Rückgriff auf vorhandene Gutachten</li> <li>Raumordnungsverfahren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kreise</li> <li>Land</li> <li>Bund</li> <li>Bürgerinitiativen</li> <li>Wirtschaft</li> <li>Bürger</li> </ul>

Fährverkehr	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 24 Stunden</li> <li>• Enge bedarfsgerechte Taktung</li> <li>• Kostenreduzierung bzw. Nulltarif</li> <li>• Wasserstandsunabhängigere Zufahrten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzierung</li> <li>• Wettbewerbsrecht</li> <li>• Bauliche Belastbarkeit und Größe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergleichende Bilanz</li> <li>• Bedarfsermittlung (wo, wann und wie?)</li> <li>• Instandhaltung der Zufahrtswege zur Fähre</li> <li>• Fährverbund zwischen sämtlichen Fährten</li> <li>• EU-Förderung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bund</li> <li>• Zweckverband</li> <li>• Betreiber</li> <li>• Kommunen und Kreise</li> <li>• ÖPNV-Träger</li> <li>• EU</li> </ul>
Rad- und Fußgängerbrücke	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Netzverbindung</li> <li>• Qualitätsverbesserung</li> <li>• Touristische Attraktionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitliche Verfügbarkeit</li> <li>• Lückenschluss</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standort klären, St. Goar</li> <li>• Hervorragend gestaltete Brücke</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alltagsverkehr</li> <li>• Tourismusverkehr</li> <li>• E-Bikes</li> </ul>
Gesamtkonzept	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gute Gestaltung der Ortsbilder</li> <li>• Schöne Ausichten</li> <li>• Grenzenlose Mobilität</li> <li>• Leiser und umweltfreundlicher Personenverkehr vor Güterverkehr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mangelnde Information und Kommunikation</li> <li>• Mangelndes Mitspracherecht bei der Bahn</li> <li>• Schlechter Streckenzustand</li> <li>• Fährtarife</li> <li>• Mangelnde Verknüpfung der Verkehrsträger</li> <li>• Ungenügendes Angebot an Querungsmöglichkeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welterbeticket (Tarife differenziert zwischen Bürger und Touristen) für alle!</li> <li>• Radwege vernetzen, auch an angrenzende Regionen</li> <li>• Netzwerke aller Beteiligten</li> <li>• Möglichst günstige Fährtarife</li> <li>• Angebote vernetzen und vereinheitlichen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fährbetreiber</li> <li>• Bund, Land</li> <li>• Kommunen, Verbände</li> <li>• Bevölkerung im Tal</li> </ul>
Klima- und Umweltschutz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CO<sup>2</sup>-Reduzierung</li> <li>• 0-Emission</li> <li>• Tiefflugfreie Zone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unkenntnis der Schadstoffausstöße</li> <li>• Fehlende Zuständigkeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umweltzone einrichten für das Mittelrheintal</li> <li>• Verlagerung von Verkehrsströmen auf den Umweltverbund</li> <li>• Kurze Wege schaffen durch gute Nahversorgung, Wegebündelung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bund</li> <li>• Land</li> <li>• Jeder einzelne</li> </ul>
ÖPNV, Anbindung der Höhengemeinden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Verkehrsverbund dazu Taxis, Kleinbusse</li> <li>• Strategie: Bedarfshaltestellen, Ruftaxis</li> <li>• Vereinfachung der rechtlichen Rahmenbedingungen, Erreichbarkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anbindung der Höhengemeinden</li> <li>• Haltestellen Faktor 10</li> <li>• Verkehrsverbünde verbinden</li> <li>• Zugang für alle, Ältere, Behinderte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anrufsammeltaxi, Kleinbusse</li> <li>• Bedarfshaltestellen</li> <li>• Vereinfachung der rechtlichen Rahmenbedingungen</li> <li>• ½-Std.-Takt, bedarfsorientiert</li> <li>• Fahrten zu den Verkehrsknotenpunkten (Vernetzung)</li> <li>• Verkehrsgenossenschaften</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkehrsverbände</li> <li>• Verbandsgemeinden</li> <li>• Bus-/Taxiunternehmen</li> <li>• Bürger</li> </ul>

<p>Touristische Angebote</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regionales Fahrradverleihsystem mit integrierten Pendelbussen</li> <li>Verlässlicher Fahrplan Rheinschifffahrt</li> <li>Freizeitbus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Finanzierung</li> <li>Radwege lückenhaft im Tal</li> <li>Ladestationen fehlen</li> <li>Bergauf nur dürftiges Angebot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bestandsaufnahme</li> <li>Bedarfsermittlung</li> <li>Kümmerer suchen</li> <li>Reparaturservice aufbauen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Private Anbieter</li> <li>Ministerien</li> <li>Touristiker</li> <li>Köln-Düsseldorfer</li> <li>Schiffahrt</li> <li>Betriebe</li> <li>Stromindustrie</li> </ul>
<p>Stadt/Dorf am Fluss</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stärkere Erlebbarkeit der Flusslandschaften</li> <li>Städtebauliche Integration der Ortsdurchfahrten</li> <li>Tempo 30 innerörtlich</li> <li>Schulverkehr aus Ort/Tal heraus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dominanz der Verkehrsflächen</li> <li>Barrierewirkung linearer Strukturen (Bahn, Bundesstraßen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortschreibung des „Rahmenkonzeptes Mittelrhein“ des Umweltministeriums</li> <li>Umdenken bei den Verkehrsbehörden</li> <li>Entschleunigung der Radwege, Ruhezone, Verkehrssicherheit für Kinder</li> <li>Rheintalcharta berücksichtigen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kommunen</li> <li>Bahn</li> <li>Kreise</li> <li>Landesbetrieb Mobilität</li> </ul>
<p>Radwege</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schnellere Realisierung und/oder Zwischenlösungen</li> <li>Beschilderung mit Entfernungen und Höhenangaben</li> <li>Karten erstellen mit entsprechenden Informationen, elektronische Abrufbarkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>kein durchgängiger Radweg</li> <li>aktuelle Bauzeit zwischen Rüdesheim und Lorch 10 Jahre</li> <li>kaum Anbindung an die Höhe</li> <li>Beschilderung nicht durchgängig</li> <li>Parkplätze ohne Fahrradständer, Fahrrad-Abteile im ÖPNV, insbesondere am Wochenende (Kurzzüge)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Radroutenkonzept inkl. Beschilderung (mit Bahnhöfen und Fähren)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ÖPNV</li> <li>Verkehrverbände</li> <li>Behörden</li> <li>Kommunen (Beschilderung)</li> <li>Zweckverband (Konzept erarbeiten)</li> </ul>
<p>Gefahrguttransporte</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geschwindigkeitsreduzierung</li> <li>Kein Gefahrguttransport im Tal, kein Güterverkehr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wer soll im Fall der Fälle Hilfe leisten?</li> <li>Es wird zu viel transportiert und zu nahe an den Häusern vorbei</li> <li>Auf alten Strecken, keiner weiß, wo Gefahrgut dabei ist</li> <li>Militärtransport muss nicht gekennzeichnet werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Neutrale Begutachtung für DB (TÜV)</li> <li>Geschwindigkeitsbegrenzung</li> <li>Neubaustrecke</li> <li>Schulung der Einsatzkräfte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EU</li> <li>RID (europ. Gefahrgutvorschrift)</li> <li>Gefahrgutverordnung Eisenbahn → Bund</li> </ul>

### 3.2.3 Wirtschaft und Energie

In zwei parallel verlaufenden, methodisch identischen Workshops, wurden die Themen „Wirtschaft“ und „Energie“ am Vormittag bearbeitet. Am Nachmittag wurden die Ergebnisse der Wirtschaftsministern Eveline Lemke vorgestellt und diskutiert.



Folgende Impulse wurden für das Thema **Wirtschaft** eingespielt:

**Impuls 1:** Wirtschaftsstandort Mittelrhein  
(Kathrin Heinrichs, Vertreterin der IHK Koblenz und Geschäftsführerin der Heinrichs & Co. KG)

**Impuls 2:** Regionale Wirtschaftsförderung am Beispiel des Regionalrates Wirtschaft  
(Achim Kistner, Geschäftsführer des Regionalrates Wirtschaft Rhein-Hunsrück e.V.)

**Impuls 3:** Expertenrunde  
(Ralf Junker, Geschäftsführer der BOMAG Fayat Group, Norbert Kummermehr Geschäftsführer VIA, Martin Melzer, Melzer Kälte + Klima GmbH sowie Harald Düster, Kaufmännischer Leiter Sebapharma GmbH & Co. KG)

Eine gute infrastrukturelle Ausstattung sowie ein hohes Maß an Mobilität sind für die Wirtschaft wesentliche Standortfaktoren. So wurde in den Impulsvorträgen sowie auch in den Arbeitsgruppen die mangelnde Vernetzung zwischen der links- und der rechtsrheinischen Seite angesprochen, die sich nachteilig auf

die Erschließung neuer Märkte, aber auch auf die Arbeitsmarktsituation auswirkt.

Anhand eines Best-practice-Beispiels wurde eine Form des regionalen Standortmarketings aufgezeigt, das Unternehmen der Region in Form eines Vereins aktiv in die Standortentwicklung mit einbezieht und diese vernetzt. Da es eine solche institutionelle Vernetzung der regionalen Unternehmen bisher nicht im Oberen Mittelrheintal gibt, wurde dieses Modell in einer späteren Arbeitsphase vertieft. Aufgrund der mangelnden Finanzausstattung der Kommunen spielte die Bündelung privater Mittel ebenfalls eine entsprechende Rolle. Mit einem einheitlichen Standortmarketing für das Welterbegebiet könnte auch dem Fachkräftemangel entgegen gewirkt werden, der von den Unternehmen als gravierend beschrieben wurde. Um entsprechende Fachkräfte für die Region gewinnen zu können, müssen auch attraktive Lebensbedingungen gegeben sein. Demnach muss die Region weitere Maßnahmen ergreifen, die eine Attraktivierung des Wohn-, Arbeits- und Wirtschaftsstandortes zur Folge haben.

Es wurden vier Handlungsfelder erarbeitet:

- ▶ Infrastruktur und Mobilität
- ▶ Tourismus, Lebensumfeld, Gesundheit und flussübergreifende Netzwerkarbeit
- ▶ Arbeitsmarkt, Fachkräfte und Demographie
- ▶ Standortmarketing für den Wirtschaftsstandort und flussübergreifende Netzwerkarbeit



Folgende Impulse wurden für das Thema **Energie** eingespielt:

**Impuls 1:** Erneuerbare Energien  
(*Thomas Geib und Dr. Andreas Neff, Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz*)

**Impuls 2:** Expertenrunde  
(*Martin Kittelberger, Leitender Planer der Planungsgemeinschaft Mittelrhein-Westerwald, Dr. Andreas Neff, Referent für Energietechnik, Energieeffizienz, Erneuerbare Energien des Ministeriums für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung, Oliver Rechenbach, Geschäftsführer der EOR, Gerlinde Wolf, Architektenkammer Rheinland-Pfalz sowie Prof. Heinz-Günter Horn, Stellvertretender Vorsitzender des Rheinischen Vereins für Denkmalpflege und Landschaftsschutz*)

Es gibt viele unterschiedliche Möglichkeiten die Energiewende im Oberen Mittelrheintal zu gestalten. Jedoch steht der Ausbau erneuerbarer Energien immer in dem Spannungsfeld der Welterbeverträglichkeit. Durch Einzelmaßnahmen einzelner Kommunen kann der Welterbestatus gefährdet werden, was durch eine gemeinsame Erarbeitung eines Energiekonzeptes vermieden werden könnte. Hier sind entsprechende Abstimmungen vorzunehmen und ein koordiniertes Vorgehen anzustreben.

Folgende Handlungsfelder wurden identifiziert:

- ▶ Energieeinsparung
- ▶ Energiespeicherung und dezentrale Strukturen
- ▶ Ganzheitliches Konzept
- ▶ Windenergie und alternative Konzepte

Die Handlungsfelder werden nachfolgend anhand der erarbeiteten Stärken, Engpässe Herausforderungen und Chancen vorgestellt. Des Weiteren werden die Ziele, Projekte und Strategien sowie die Beteiligten und Strukturen tabellarisch aufgeführt.



Handlungsfeld	Stärken	Engpässe	Herausforderungen
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkehrliche Anbindung (B9/B42) inkl. Radweg</li> <li>• Moderner ÖPNV im Rheintal</li> <li>• Wasserstraße Rhein – Schiffsverkehr (v.a. touristisch)</li> <li>• Lage zwischen Ballungszentren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DSL-Anbindung v.a. auf der Rheinhöhe</li> <li>• Trennung der WOM-Region durch den Rhein</li> <li>• Beziehung zwischen Tal- und Höhengemeinden</li> <li>• Ausgestaltung des Fährbetriebs (Zeiten, Kosten)</li> <li>• ÖPNV-Taktung, Verzahnung der Verkehrsverbünde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbau der DSL-Anbindung</li> <li>• Feste Rheinquerung</li> <li>• Verbindung von Tal- und Höhengemeinden</li> <li>• Offenlegung der Fährkonzessionen</li> <li>• Lärmbezogene Trassengebühr für Güterzüge, langfristig Verlegung der Trasse</li> </ul>
Tourismus, Lebensumfeld	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbindung von Kultur- und Naturlandschaft</li> <li>• Einzigartigkeit und Bekanntheit der Region</li> <li>• Klimatische Standortbedingungen</li> <li>• Gute Erreichbarkeit</li> <li>• Welterbe und Tourismus profitieren voneinander</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlendes Dienstleistungsbewusstsein</li> <li>• Qualität der Dienstleistungen, Qualitätsverlust durch Überalterung</li> <li>• Behördliche Genehmigungsstruktur</li> <li>• Attraktivität der Region und der touristischen Angebote im Winter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhaltung von Einzelhandel und Dienstleistungen in den Ortskernen</li> <li>• Entschleunigung des Lebens im Tal, Reduzierung der Lärmquellen</li> <li>• Anpassung an extreme Klimaereignisse</li> <li>• Stärkung der Region als lebenswerte Region in Bezug auf das Thema Wohnen</li> </ul>
Arbeitsfeld/ Demographie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gute, bodenständige, qualifizierte Mitarbeiter</li> <li>• Hohe Freizeitwerte der Region</li> <li>• Hochschulstandorte in Koblenz und Bingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infrastruktur, flussübergreifender Verbund</li> <li>• Pflegesituation (insbes. rechtsrheinisch)</li> <li>• Landflucht</li> <li>• Sinkende Schulabgängerzahlen → sinkendes Bildungsangebot</li> <li>• Versorgungsentpässe in Handwerk, Handel, Gastronomie und Pflege</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bessere Rheinquerung</li> <li>• Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Attraktivität des Umfelds</li> <li>• Gewinnung von Nachwuchskräften</li> <li>• Steigende Aufwendungen zur Personalgewinnung und -haltung</li> <li>• Steigerung der Arbeitgeberattraktivität</li> </ul>
Standortmarketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menschen vor Ort</li> <li>• Freizeitwert</li> <li>• Ortsansässige Unternehmen</li> <li>• Bestehende Förderinstrumente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mangelhafte flussübergreifende Außendarstellung</li> <li>• Passivität des Standortmarketings, Eindimensionalität hinsichtlich Tourismus</li> <li>• Fehlende Steuererleichterungen</li> <li>• Mangelnde Transparenz und komplizierte Regularien bezüglich der Fördermöglichkeiten</li> <li>• Fehlender „Fördergedanke“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hervorhebung der Stärken der Region</li> <li>• Hervorhebung als Wirtschaftsstandort</li> <li>• Attraktivität für junge Menschen schaffen und hervorheben</li> </ul>

Handlungsfeld	Stärken	Engpässe	Herausforderungen	Chancen
Energieeinsparung/ Energieeffizienz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bildungsangebot an Schulen</li> <li>• Informationsmaterial der Agenturen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlende Fördermittel</li> <li>• ÖPNV zu teuer und zu unattraktiv</li> <li>• Informationsmaterial erreicht die Bürger nicht</li> <li>• Alter Gebäudebestand macht Investitionen weniger lukrativ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Steigerung der Eigeninitiative durch Schaffung von Anreizen und Fördermöglichkeiten</li> <li>• Bewusstsein für die persönliche Energiebilanz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovation/intelligente Netze</li> <li>• Ergänzung des ÖPNV-Angebots, Car-sharing-Modelle</li> </ul>
Energiespeicherung/ dezentrale Versorgung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fließenergie und Wassermenge des Rheins</li> <li>• Geologische Beschaffenheit (Geothermie)</li> <li>• Alte Stollen</li> <li>• Dichte, kompakte Bebauung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schifffahrt</li> <li>• Variable Wasserstände</li> <li>• Stand der Technik</li> <li>• Nutzungseinschränkungen durch Naturschutz und sonstige Rechtsvorschriften</li> <li>• Eigentümerstruktur</li> <li>• Finanzmittelausstattung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenzialanalyse</li> <li>• Überwindung von Widerständen</li> <li>• Vereinbarkeit mit Welterbe</li> <li>• Senkung der Spitzenlast</li> <li>• Innovative Laufwassernutzung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biomassenutzung, Verbindung Biomasseproduktion – Kulturlandschaft</li> <li>• Stromspeicherung</li> <li>• Virtuelles Kraftwerk</li> <li>• Blockheizkraftwerke, Nahwärmenetze</li> <li>• Regionale Wertschöpfung</li> <li>• Energiegenossenschaften</li> </ul>
Ganzheitliches Konzept	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung vorhandener Organisationsstrukturen (Zweckverband)</li> <li>• Drei Planungsgemeinschaften</li> <li>• Vorhandene Datengrundlage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kirchturmdenken</li> <li>• Belastungsgrenze des Zweckverbands erreicht</li> <li>• Zuschnitt und Größe der Verbandsgemeinden</li> <li>• Kommunale Planungshoheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserung der interkommunalen Zusammenarbeit (Rückstellung der Einzelinteressen)</li> <li>• Interkommunale Bauleitplanung und kommunale Gestaltungsleitpläne</li> <li>• Verbindliche überregionale Rahmenpläne</li> <li>• Konzept zur Nutzung der geologischen/topografischen Gegebenheiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energieagentur</li> <li>• Regionale Wertschöpfung</li> <li>• Positive Imagebildung als Modellregion</li> <li>• Interkommunale Klimakonzepte</li> </ul>

<p>Windenergie und alternative Konzepte</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Effizienz</li> <li>• Kommunale Wertschöpfung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abgrenzung Kern- und Pufferbereich des Welterbes</li> <li>• Fehlende Regelwerke führen zu subjektiven Entscheidungen</li> <li>• Archäologische „Ruhezonen“</li> <li>• Landschaftliche Einbußen</li> <li>• Sichtbeziehungen zu Denkmalzonen und Einzeldenkmälern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachvollziehbares Steuerungskonzept</li> <li>• Abstimmung mit UNESCO</li> <li>• Fachkompetenz der Entscheidungsträger</li> <li>• Klärung der Verantwortlichkeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mögliche Konzentration von Anlagen</li> <li>• Verknüpfung kommunaler Interessen</li> <li>• Wertschöpfung</li> <li>• Dezentrale Stromproduktion</li> </ul>
---	--	---	---	--

Thema	Ziele	Strategien und Projekte	Beteiligte und Strukturen
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rheinquerung</li> <li>Alternativtrasse für den Eisenbahnverkehr</li> <li>Zeitgemäße DSL-Anbindung aller Gemeinden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umsetzung der vorhandenen Pläne</li> <li>Aufnahme der jeweiligen Maßnahmen in den Bundesverkehrswegeplan</li> <li>Spezielle auf die Bedürfnisse der Region zugeschnittene Fördermöglichkeiten für den Ausbau der DSL-Anbindung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ministerium des Innern, für Sport und Infrastruktur</li> <li>Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung</li> <li>Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung</li> <li>Politische Entscheidungsträger</li> <li>Kommunikationsunternehmen</li> </ul>
Tourismus und Lebensumfeld	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherstellung einer attraktiven Arbeits-, Wohn- und Lebenssituation für Einwohner und Touristen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unterstützungsmaßnahmen in den Bereichen Nachfolgeregelung und Existenzgründung</li> <li>Stärkung der Stadt- und Ortskerne durch die Instrumente der Bauleitplanung</li> <li>Steigerung der Servicequalität</li> <li>Reduzierung der Lärmbelastung</li> <li>Entwicklung einer Vision und Erfahrungsaustausch</li> <li>Bewahrung der besonderen Atmosphäre im Oberen Mittelrheintal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einwohner</li> <li>Betriebe</li> <li>Wirtschaftsförderung</li> <li>Touristiker</li> <li>Kommunen</li> <li>Politische Entscheidungsträger</li> </ul>
Arbeitsmarkt/ Demografie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attraktiver und lukrativer Arbeitsort Mittelrhein</li> <li>„Leben, wohnen und arbeiten, wo andere nur Urlaub machen“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schaffung von Investitionsanreizen</li> <li>Verstärkung der Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft</li> <li>Flussübergreifende Bündelung der Einzelnetzwerke → vernetztes Arbeitsforum Mittelrhein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Öffentliche Hand</li> <li>Wirtschaftsförderung</li> <li>Verbände</li> <li>Kammern</li> <li>Unternehmen</li> <li>Arbeitsagenturen</li> <li>Sozialträger</li> <li>Schulen</li> </ul>
Standortmarketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>Imagewandel: Stärkung der Wahrnehmung als Wirtschaftsstandort über den Tourismus hinaus</li> <li>Schaffung von Arbeitsplätzen</li> <li>Halten von Betrieben und Personen, Gewinnen von Betrieben und Personen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Film-Kampagne (analog zum Imagefilm)</li> <li>Weitere Werbekampagnen</li> <li>Einrichtung einer regionalen Wirtschaftsförderungsinstitution → Erleichterung der Wirtschaftsförderung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wirtschaftsförderungen (Finanzierung, personelle Ressourcen)</li> <li>Unternehmen als „Gesichter“</li> <li>Politische Entscheidungsträger</li> <li>Verbände</li> </ul>

<p>Energieeinsparung/ Effizienz</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energiebilanz pro Kopf im Oberen Mittelrheintal bis 2020 halbieren (vgl. Stand 2012)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energetischer Fußabdruck – Ausgangsbilanz 2012 → Strom, Wärme, Verkehr, Lebenshaltung</li> <li>• Information zu Einsparpotenzialen</li> <li>• Energieberatung für Gebäude</li> <li>• Ausbau von ÖPNV und Carsharing</li> <li>• Erstellung von Zwischenbilanzen</li> <li>• Erhöhter Strompreis bei Mehrverbrauch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beratungsstellen</li> <li>• Ministerien</li> <li>• Politische Entscheidungsträger</li> <li>• Kommunen</li> <li>• Bildungseinrichtungen</li> </ul>
<p>Energiespeicherung/ dezentrale Versorgung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pilotregion Energie und Kultur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenzialanalyse (Stromspeicher, Fließenergie, Geothermie, Biomasse, Wärmeverbrauch, Kosten-Nutzen-Analyse)</li> <li>• Mitstreiter finden (Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmen/Privatpersonen, Multiplikatoren)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle (klare Festlegung von Verantwortlichkeiten)</li> </ul>
<p>Ganzheitliches Konzept</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovative, landschaftsverträgliche Lösungen</li> <li>• Verbesserte Kooperation</li> <li>• Erhaltung des Welterbestatus</li> <li>• Versorgungssicherheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pilotprojekte mit Vorbildcharakter</li> <li>• Potenzial- und Standortanalyse</li> <li>• Integrierte Stadtentwicklungskonzepte</li> <li>• Regionales Konzept für Erneuerbare Energien</li> <li>• Energiespeicherung</li> <li>• Netzeinspeisung</li> <li>• Energieeinsparung</li> <li>• Forschungsprojekte zur Nutzung der besonderen Potenziale der Region (Speichertechnik, Geothermie)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Initiative Baukultur, Architektenkammer</li> <li>• Struktur- und Genehmigungsdirektion-Nord, -Regierungspräsidium Darmstadt, untere Behörden</li> <li>• Zweckverband</li> <li>• Kommunale Entscheidungsträger</li> <li>• Generaldirektion Kulturelles Erbe (Landschaftspflege und -archäologie)</li> <li>• Hochschulen</li> <li>• Städtebauförderung/ Dorferneuerung</li> </ul>
<p>Windenergie und alternative Konzepte</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung eines verträglichen Gesamtkonzepts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ermittlung der Standortpotenziale</li> <li>• Klare überregionale Planfestlegung</li> <li>• Einheitlicher Solidarpakt der Kommunen für die gesamte Region</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Land</li> <li>• Kommunen</li> <li>• Privatpersonen und Unternehmen</li> <li>• Planungsträger</li> <li>• UNESCO</li> <li>• Externe Experten</li> <li>• Moderation? (ggf. über Zweckverband)</li> </ul>

### 3.2.4 Kommunale Entwicklung

Im Workshop „Kommunale Entwicklung“ wurden drei Impulse zu den folgenden Themen eingespielt:

**Impuls 1:** Demographische Entwicklung und Konsequenzen für die Sicherung der Daseinsvorsorge im Mittelrheintal  
(*Philipp Goßler, Universität Trier, Lehrstuhl Kultur- und Regionalgeografie*)

**Impuls 2:** Pilotstudie zur integrierten Wohnbestandsentwicklung am Beispiel der Stadt Oberwesel  
(*Professor Emil Hädler, Architekturinstitut der Fachhochschule Mainz*)

**Impuls 3:** Expertenrunde  
(*Martin Orth, Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (seit 1. Oktober 2012 Leiter der rheinland-pfälzischen obersten Landesplanungsbehörde beim Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz), Andrea Lagemann und Dr. Gerd Rojahn, rheinland-pfälzisches Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung, Rainer Hub, Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion, Rainer Zeimentz, Geschäftsführer der Projektentwicklungsgesellschaft des Landes Rheinland-Pfalz (PER) und Gabi Weber, Deutscher Gewerkschaftsbund*)



Die Impulse machten deutlich, dass der Demographische Wandel erhebliche Auswirkungen auf die Daseinsvorsorge der Region haben wird und somit ein entsprechend großer Handlungsbedarf besteht. Es gilt innovative Lösungsansätze zum Umgang mit der negativen Bevölkerungsentwicklung zu finden, gerade was die Bereiche Nahversorgung, Gesundheitseinrichtungen, Flächenmanagement, Siedlungsflächenentwicklung, Bildung sowie Breitband- und Internetzugang angeht. Diese Problemstellungen wurden in den Arbeitsgruppen vertiefend diskutiert.

Folgende Handlungsfelder wurden identifiziert:

- ▶ Familie, Jugend & regionale Zuwanderung
- ▶ Grundversorgung
- ▶ Infrastruktur und Immobilienmanagement
- ▶ Struktur des Planungsprozesses
- ▶ Bildung
- ▶ Lebensqualität in den Stadtkernen

In den nachfolgenden Tabellen werden die Handlungsfelder näher beschrieben. Stärken, Engpässe, Herausforderungen und Chancen sowie die Ziele, Strategien, Projekte, Beteiligte und Strukturen werden aufgeführt.

Handlungsfeld	Stärken	Engpässe	Herausforderungen	Chancen
<p>Familie, Jugend &amp; regionale Zuwanderung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausreichend Wohnraum</li> <li>• Soziale Infrastruktur</li> <li>• Kulturschichtlicher Wert</li> <li>• Bekanntheitsgrad der Region</li> <li>• Gute Verkehrsinfrastruktur</li> <li>• Attraktive Urlaubsregion</li> <li>• Kulturangebot</li> <li>• Öffentliche Sicherheit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlender barrierefreier Wohnraum</li> <li>• ÖPNV zwischen 20–6 Uhr und am Wochenende</li> <li>• Rheinquerung</li> <li>• Technische Infrastruktur</li> <li>• Zu geringes Angebot für Jugendliche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionales Informationssystem für die Bewohner (zielgruppenspezifisch)</li> <li>• Andere Finanzierungsmodelle für Investitionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zuzugsgebiet für gut ausgebildete Berufsgruppen</li> <li>• Ruhestandszuwanderung</li> </ul>
<p>Grundversorgung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Touristen als Nachfrager der Grundversorgung</li> <li>• Zurzeit noch passable Grundversorgung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Landes- und kommunale Grenzen</li> <li>• Drei Verkehrsverbünde und Fähren</li> <li>• EU-Wettbewerbsrecht (DSL)</li> <li>• Altersbedingte Nachfolgeprobleme bei der ärztlichen Versorgung</li> <li>• Altersbedingte Nachfolgeprobleme im Lebensmittelhandwerk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für alle Altersgruppen:</li> <li>• Lebensmittel (Wettbewerb)</li> <li>• Wasser/ Abwasser</li> <li>• Gesundheit (Ärzte/Apotheken)</li> <li>• Mobilität (inkl. alternativer Formen wie z.B. Ruftaxi)</li> <li>• Verwaltung (v.a. Erreichbarkeit)</li> <li>• DSL</li> <li>• Dienstleistung/ Handwerk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abgestimmte Ansiedlung der Einzelhandelseinrichtungen</li> <li>• Vernetzung und Kooperation vorhanden</li> <li>• Abgestimmte Fahrpläne und Verbundtickets (ÖPNV)</li> <li>• DSL &gt; 50 MBit</li> </ul>
<p>Infrastruktur und Immobilienmanagement</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interessante historische Kerne</li> <li>• Leerstandskataster z.T. vorhanden</li> <li>• Beispielösungen vorhanden</li> <li>• Bewusstsein vorhanden</li> <li>• Exklusivität des Labels „Welterbe“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wertverlust durch Bahnlärm</li> <li>• Ansprechbarkeit der Eigentümer</li> <li>• Verkehrsverbund fehlt</li> <li>• Widersprüche zwischen örtlichem Bedarf und Ziele der regionalen Planung (Gebietsausweisungen)</li> <li>• Realitätsferne der Preisforderungen</li> <li>• Unzureichende Verkehrsanbindung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung einer kommunal übergreifenden Infrastruktur</li> <li>• Nachweis der architektonischen Umsetzbarkeit</li> <li>• Einbindung des Stadtmanagements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebot einer Immobilienbörse über Sparkasse</li> <li>• Initiativberatung durch Fachleute</li> <li>• Nachbarschaftsvereine aktivieren und beteiligen</li> </ul>

<p>Struktur des Planungsprozesses</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bürgerbereitschaft</li> <li>• Bestehender Zweckverband</li> <li>• Analyse und Entwicklung von Zielsetzung werden durchgeführt (z.B. Oberwesel)</li> <li>• Bekannte Zahlen zum demografischen Wandel und aus Sozialraumanalysen (=Grundlagen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zersplitterte Zuständigkeiten</li> <li>• Kleinteilige Verwaltungsstrukturen (werden den Anforderungen nicht gerecht)</li> <li>• Überregionale Planungen</li> <li>• Fördermodalitäten intransparent und langwierig</li> <li>• Politik agiert vornehmlich in Wahlperioden</li> <li>• Fehlende Moderation von Bürgerbeteiligungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klassische Entscheidungsträger müssen bereit sein, Kompetenzen abzugeben</li> <li>• Daseinsvorsorge und größeren Entscheidungseinheiten organisieren (Feuerwehr etc.)</li> <li>• Bürgerschaftliches Engagement zulassen, losgelöst von der Parteienkultur</li> <li>• Entscheidungsbefugnisse des Zweckverbands stärken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreative Ideen von Neubürgern akzeptieren</li> <li>• Spezifizierung der lokalen Ziele und Motivation durch Starterprojekte im überregionalen Zusammenhang (Schwerpunkte planen)</li> <li>• Mittelrhein-Kreis?</li> <li>• „Aktive Rentner“-Generation gezielt für das Allgemeinwohl aktivieren → Nachbarschaftshilfe (Patenschaften analog zum „Pakt für Pirmasens“)</li> </ul>
<p>Bildung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundschulen vor Ort – zentraler Standortfaktor für junge Familien</li> <li>• Kindertagesstätte „daheim“, Beitragsfreiheit</li> <li>• Bildung von Anfang an</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Länderübergreifende Betreuungsmöglichkeiten (vor Schulbeginn)</li> <li>• Kenngrößen für Klassen und Kita-Gruppen unflexibel nach unten</li> <li>• ÖPNV zur Bildung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezentrale flexible Systeme (Raum und Personal) in größeren Orten</li> <li>• Synergieeffekte mit Bürgerhäusern → Mehrgenerationen-, Nachbarschaftshäuser</li> <li>• Schaffung hochwertiger Ausbildungs- und Arbeitsplätze (Erreichbarkeit, Arbeitszeiten, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Technologien</li> <li>• Status Kulturerbe = Aufgabe für viele?</li> <li>• Wertschöpfung „meiner“ Heimat</li> </ul>
<p>Lebensqualität in Stadtkernen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historische Bausubstanz</li> <li>• Vorhandene Versorgung</li> <li>• Sozialleben</li> <li>• Ortsverbundenheit</li> <li>• Landschaft</li> <li>• Kurze Wege, ÖPNV, Fähre</li> <li>• Infrastruktur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historische Bausubstanz</li> <li>• Emissionen</li> <li>• Sanierungsstau (Straßen/ Gebäude)</li> <li>• Städtebauliche Struktur</li> <li>• Fehlende Nachfrage</li> <li>• Freiraum im Quartier</li> <li>• Bau- und Gestaltungsqualität</li> <li>• Eigentumsverhältnisse/ Verfügbarkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilisierung für die Thematik</li> <li>• Finanzierung (Aktivierung privaten Kapitals)</li> <li>• Anpassung der Infrastruktur an den demografischen Wandel</li> <li>• Energetische Sanierung</li> <li>• Modernes Wohnen in historischer Substanz</li> <li>• Fußläufige Versorgung sichern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenziell hochattraktiver Wohnstandort</li> <li>• Besondere Wohnformen</li> <li>• Qualitäts-/ Wertigkeitssteigerung für Bewohner und Touristen (Lebensqualität)</li> <li>• Flexibilisierung</li> <li>• Reduzierung des Flächenverbrauchs</li> <li>• Modernes Quartiersmanagement</li> </ul>

Thema	Ziele	Strategien und Projekte	Beteiligte und Strukturen
<p>Familie, Jugend und regionale Zuwanderung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bevölkerungszahl halten von 2012–2025</li> <li>• Kaufkraft halten/steigern</li> <li>• Arbeitsplätze in der Wissensgesellschaft schaffen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielorientierte Online-Immobilienbörse mit Infrastrukturinformationen bis 2013</li> <li>• Kooperation mit Universität Koblenz und Fachhochschule Bingen am Rhein</li> <li>• Initiative für Heimarbeitsplätze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Immobilienbörse</li> <li>• Verbandsgemeinde, Gemeinde</li> <li>• Örtliche Makler</li> <li>• Wirtschaftsförderungs-gesellschaften</li> <li>• Banken und Sparkassen</li> <li>• Touristiker, Stadtmarketing</li> <li>• Bundesfreiwilligendienst</li> <li>• Heimarbeitsplätze</li> <li>• Handwerkskammer</li> <li>• Industrie- und Handelskammer</li> <li>• Straßenverwaltung</li> </ul>
<p>Grundversorgung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Amazon“ fürs Welterbe (stationär und mobil)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modellprojekt für eine landesweite Umsetzung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Land, Landkreise</li> <li>• Einzelhandelsunternehmen</li> <li>• Logistikunternehmen</li> <li>• DSL-Anbieter</li> </ul>
<p>Infrastruktur und Immobilienmanagement</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebendige Ortskerne für Wohnen, Arbeiten, Versorgung und Freizeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flächenpotenziale zeigen</li> <li>• Sozialraumanalysen erstellen</li> <li>• Kulturlandschaftskataster</li> <li>• Aufbau eines Systems eines Leerstandskatasters mit -börse</li> <li>• Leitfaden für Nutzungsszenarien (Print und Web-basiert)</li> <li>• Initiativberatung für Eigentümer</li> <li>• Pilotprojekt innerörtlicher Einzelhandel</li> <li>• Alternative Finanzierungsmodelle</li> <li>• Fibel „Wer – Was – Wann – Wo“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Private Eigentümer</li> <li>• Bürger und Nachbarschaftsvereine</li> <li>• Stadtmanagement (inkl. regionalem Marketing „Welterbe“)</li> <li>• Zweckverband</li> <li>• Kammern</li> <li>• Sparkassen/Banken</li> <li>• Hochschulen</li> <li>• Denkmalpflege, Heimatforscher</li> </ul>
<p>Struktur der Planungsprozesse</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daseinsvorsorge in bedarfsgerechten Einheiten übergeordnet organisieren <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoheitliche Daseinsvorsorge in größeren Einheiten</li> <li>- Lokale Projekte mit lokalen Partnern</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kümmerer/Anlaufperson, die Projekte verknüpft</li> <li>• Frühe Bürgerbeteiligung und Bildung von Arbeitsgruppen</li> <li>• Leuchtturmprojekte <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prioritäten setzen</li> <li>- Bündelung von Fördermitteln</li> </ul> </li> <li>• Bürgerprojekte unterstützen (kleinere Quartiersprojekte, „LEADER light“, etc.)</li> <li>• Mehr Öffentlichkeitsarbeit für Bürgerbeteiligung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zweckverband</li> <li>• Betroffene/Bürger</li> <li>• Verbandsgemeinden</li> <li>• Verbände</li> <li>• Organisationen</li> <li>• Vereine</li> </ul>

<p>Bildung</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitativ hochwertige und erreichbare Bildungsangebote für alle (inkl. Ausbildungsplätzen auch im öffentlichen Dienst und der Daseinsvorsorge)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zwergschulen</li> <li>• Schule zuhause, in der Dorfgruppe, per Internet, als Blockveranstaltung</li> <li>• Längeres gemeinsames Lernen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunen</li> <li>• Landkreis</li> <li>• Land</li> </ul>
<p>Lebensqualität in Stadtkernen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebenswerte/lebendige Stadtzentren</li> <li>• Wohnen, arbeiten, leben und einkaufen vor Ort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagestrategien</li> <li>• Beratung, z.B. für Bauherren/Baugruppen</li> <li>• Pilotprojekte fördern</li> <li>• Stadtentwicklungskonzepte</li> <li>• Quartiersgemeinschaften (Wohnen, Handel) → Verantwortungsgemeinschaften (vgl. Brunnengemeinschaften) → „Tag der Nachbarschaften“</li> <li>• Qualitätssicherung z.B. durch Wettbewerbe</li> <li>• Steigerung der kulturellen Dichte</li> <li>• Best-practice-Beispiele</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokale und regionale Netzwerke</li> <li>• Interkommunale Zusammenarbeit, Kooperation der Zentren</li> </ul>

### 3.2.5 Kultur, Landschaft, Bauen, Tourismus, Geschichte und mehr...

Der Workshop startete mit den folgenden drei Expertenrunden:

**Impuls 1:** Expertenrunde „Baukultur“  
*(Thomas Vogt, SGD Nord, Helena Linzer, Technische Universität Wien, Jürgen Sommer, Planergruppe Heichel, Thomas Metz, Direktor der Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz (GDKE), Petra Bittkau, LandschaftsArchitekten Bittkau, Bartfelder + Ingenieure)*

**Impuls 2:** Expertenrunde „Kulturlandschaft“  
*(Martin Orth, Mitarbeiter des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesplanung, seit 1. Oktober 2012 Leiter der obersten Landesplanungsbehörde Rheinland-Pfalz, Peter Jost, Weingut Hahnenhof in Bacharach, Landrat Günter Kern, Vorstand des Welterbe-Zweckverbandes)*

**Impuls 3:** Expertenrunde „Inszenierung der Kultur“  
*(Hans-Dieter Gassen, Präsident der SGD Nord a.D., Matthias Müller, Winzer, Claudia Schwarz, Romantischer Rhein Tourismus GmbH)*

Anhand verschiedener Aussagen der Experten wurde deutlich gemacht, dass die Kulturlandschaft in Verbindung mit der Baukultur ausschlaggebend für die Verleihung des Welterbestatus durch die UNESCO war und daher deren Erhalt und sensible Weiterentwicklung grundlegende Ziele darstellen. Sie prägt maßgeblich das Bild der Region. Mit positiven Gestaltungsbeispielen wie sie beispielsweise die „Initiative Baukultur“ der SGD Nord in Form von Wettbewerben organisiert, können positive Akzente gesetzt und ein Bewusstsein für den Umgang mit historischer Bausubstanz geschaffen werden.

Ein intensiveres Bewusstsein für die Einzigartigkeit der Region kann auch durch eine



stärkere Inszenierung der Kultur erreicht werden. In Verbindung mit kulturellen Veranstaltungen und durch die gesteigerte Einbeziehung Kulturschaffender kann ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen werden, das auch für die touristische Angebotsentwicklung und deren gewinnbringende Profilierung genutzt werden kann.

Es wurden die folgenden Handlungsfelder identifiziert:

- ▶ Kulturlandschaft
- ▶ Baukultur
- ▶ Sensibilisierung/Identität
- ▶ Inszenierung der Kultur

Das Handlungsfeld „Baukultur“ wurde aufgrund seiner Komplexität und des hohen Zuspruchs der Teilnehmer in drei Arbeitsgruppen parallel bearbeitet.

In den nachfolgenden Tabellen werden die Handlungsfelder näher beschrieben. Stärken, Engpässe, Herausforderungen und Chancen sowie die Ziele, Strategien, Projekte, Beteiligte und Strukturen werden aufgeführt.

Handlungsfeld	Stärken	Engpässe	Herausforderungen	Chancen
Kulturlandschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimagunst und Morphologie</li> <li>• Naturszenerie (Felspartien)</li> <li>• Biotop-, Arten- und Nutzungsvielfalt (Weinbau, Obstbau, Wald, Wiesen)</li> <li>• Gebaute Kulturlandschaftselemente (Burgen, Schlösser, Trockenmauern)</li> <li>• Mythos Mittelrheintal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trockenphasen wegen Klimawandel</li> <li>• Mangelnde Wirtschaftlichkeit</li> <li>• Überformung der Kulturlandschaft (z.B. Hotelprojekt Loreley)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhaltung durch Bewirtschaftung (z.B. Trockenmauern im Weinberg)</li> <li>• Steuerung der Siedlungsentwicklung und Bebauung (z.B. Loreley)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bodenordnung</li> <li>• Regionalvermarktung/überregionale Vermarktung, regionale Produkte</li> </ul>
Baukultur (I)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historische Bausubstanz</li> <li>• Stadtbilder im Engtal</li> <li>• Stadt und Landschaft</li> <li>• Gute verkehrliche Erschließung</li> <li>• Zukunftsfähige und gestaltprägende Bausubstanz</li> <li>• Vielgestaltiges Landschaftsbild</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahnlärm</li> <li>• Zu enge Parzellenstruktur</li> <li>• Gewerbliche Überverdichtung</li> <li>• Leerstände und Bevölkerungsschwund</li> <li>• Fördermodelle greifen nicht optimal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umwandlung der (gewerblichen) Brachen</li> <li>• Anpassung der alten Wohngebäude an heutige Nutzungsprofile</li> <li>• Baukulturverträglicher Lärmschutz</li> <li>• Entrümpelung von Liegenschaften durch Rückbau bzw. Abriss</li> <li>• „Visuelle“ Entrümpelung (Werbung, Stadtmöblierung, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauflächenentwicklung im Ortskern</li> <li>• Lebendige Innenstädte</li> <li>• Zuzug von Neubürgern</li> <li>• Herausstellung und Wertschätzung bzw. Erlebbarkeit der alten Stadtkerne</li> </ul>
Baukultur (II)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herausragende Kulturdenkmäler</li> <li>• Gewachsene Identität</li> <li>• Vorhandendes Engagement durch Bürger und Institutionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrenzung der baulichen Entwicklung durch lineare Zäsuren</li> <li>• Triste Nebensaison → Lichtmangel, Verschattung</li> <li>• Zu kleine Parzellen</li> <li>• Mangelnde Infrastruktur (fast nur parallel zum Rhein)</li> <li>• Sanierungsstau</li> <li>• Investitionsbereitschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leerstand v.a. im Ortskern</li> <li>• Anpassung der Förderinstrumente</li> <li>• Gebietsgröße</li> <li>• Lang andauernde Prozesse</li> <li>• Mobilisierung der Immobilieneigentümer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leerstand als Chance – mehr Raum/Platz</li> <li>• Weniger objektbezogene, mehr quartiersbezogene Projekte</li> <li>• Gute Beispiele</li> <li>• Multiplikatoren vor Ort</li> </ul>

<p>Baukultur (III)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifikation der Bewohner</li> <li>• Alleinstellungsmerkmal für Touristen</li> <li>• Kulturerbe mit touristischem Potenzial (für wenige Monate)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahnlärm (aber kein Grund, Aktivitäten einzustellen)</li> <li>• Mangelnde Wertschätzung und Vernachlässigung</li> <li>• Demografische Entwicklung</li> <li>• Erziehung/ Bildung</li> <li>• „Moderne“ Wohnansprüche</li> <li>• „Baumarktkultur“</li> <li>• Mangelnde Investitionen, „Innehalten“ in den 1960er/1970er</li> <li>• Bezahlbarkeit → Trading-down</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branchenmix (z.B. Wissens- und Kreativwirtschaft)</li> <li>• Mehr Partizipation, Bürgerbeteiligung, Transparenz</li> </ul>	<p>-</p>
<p>Sensibilisierung/ Identität</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welterbetitel</li> <li>• Welterbeaffine Gruppen und Akteure</li> <li>• Weltweite Bekanntheit, Mythos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilität nicht in der Breite</li> <li>• Kommunales Kirchturmdenken</li> <li>• Fehlender/ unbekannter zentraler Ansprechpartner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkung des Bottom-up-Ansatzes, Schaffung/ Anpassung dauerhafter Strukturen (Organisationsstruktur zur Verstärkung des Prozesses)</li> <li>• Vorteile des Welterbestatus vermitteln (an unterschiedliche Gruppen und Bürger)</li> <li>• Intensivere Präsenz, Öffentlichkeitsarbeit/PR</li> <li>• Vermittlung von Kindesbeinen an</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zweckverband oder Struktur- und Genehmigungsdirektion stärken?</li> </ul>
<p>Inszenierung der Kultur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Romantischer Rhein Tourismus GmbH</li> <li>• Zweckverband</li> <li>• Tourismus- und Kulturnetzwerk</li> <li>• Kulturlandschaft</li> <li>• Welterbestatus</li> <li>• Literarisches Erbe, historisches Erbe</li> <li>• Museen und Kulturdenkmäler</li> <li>• Künstlerisches Potenzial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öffnungszeiten der Kulturdenkmäler im Winter</li> <li>• Eine zentrale Informationsplattform für das gesamte Welterbegebiet</li> <li>• Tourismus- und Kulturnetzwerk</li> <li>• Fahrzeiten</li> <li>• Optimierbare Vernetzung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saisonausdehnung (12 Monate)</li> <li>• Kulturwinter</li> <li>• Lichtinszenierung von Natur-/ Kulturdenkmälern und Weinbergen (→ Solar-energie)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualität der Veranstaltungen</li> <li>• Authentische Inszenierungen</li> <li>• Reproduzierbarkeit</li> <li>• Buchbarkeit</li> </ul>

Thema	Ziele	Strategien und Projekte	Beteiligte und Strukturen
Kultur- landschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhaltung und nachhaltige Weiterentwicklung der Kulturlandschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftliche Basis für Nutzungen schaffen</li> <li>• 1: Weinbau – verbesserte Bewirtschaftungsbedingungen (Hubschrauber, Bodenordnung), Trockenmauersanierungen</li> <li>• 2: Wald – Bodenordnung, Niederwaldnutzung</li> <li>• 3: Obstbau – Mittelrheinkirsche, Vermarktungsstrategie</li> <li>• 4: Offenlandbiotope/Grünland – Marketing</li> <li>• 5: Überlieferung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1: Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR), Weinbauamt, Naturschutz (Kreisverwaltung, Struktur- und Genehmigungsdirektion)</li> <li>• 2: DLR, Landesforsten</li> <li>• 3: DLR, Zweckverband</li> <li>• 4: DLR, Deutscher Hotel- und Gaststättenverband</li> <li>• 5: Vorleser, Schulen</li> </ul>
Baukultur (I)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsoffensive und Inwertsetzung               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inwertsetzung der Ortskerne für Wohnen, Arbeiten, Versorgung, etc.</li> <li>- Kompakte Siedlungszone und ungestörte Landschaftsräume (keine Zersiedlung)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterpläne für die Ortskerne</li> <li>• Gestaltleitbilder für die Ortskerne</li> <li>• Interkommunale Abstimmung</li> <li>• Rekultivierungsmaßnahmen (Weinbau)</li> <li>• Standortgerechte Bepflanzung</li> <li>• Landschaftsverträgliche Verkehrsbauten</li> <li>• Bahnhöfe als Eingang und Visitenkarte der Orte</li> <li>• Inszenierung des Stadt- und Landschaftsbildes</li> <li>• Beispielprojekte zum Lärmschutz im Wohnungsbau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle</li> </ul>
Baukultur (II)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhalt durch Nutzung/Revitalisierung der Ortskerne</li> <li>• Sensibilität für baukulturelle Qualität, Setzen von Maßstäben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Best-practice zur Quartiersentwicklung</li> <li>• Nutzung von Multiplikatoren, Inhalte der Leitfäden in die Bevölkerung tragen</li> <li>• Vorbildfunktion der öffentlichen Auftraggeber</li> <li>• Immobilienfonds zur Revitalisierung von Objekten</li> <li>• Anpassung der Abschreibungsmöglichkeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Immobilienmarkt</li> <li>• Banken</li> </ul>

<p>Baukultur (III)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zukunftsfähige Welterbestätte durch Baukultur fördern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schulische Projektstage</li> <li>• Ausbau bestehender Beiräte</li> <li>• Medienarbeit</li> <li>• Rückkehrer</li> <li>• Sensibilisierung der Fachleute</li> <li>• In die Region gehen</li> <li>• Lokale Bündnisse</li> <li>• Dialog „bürgerorientierter Denkmalschutz“</li> <li>• Finanzierungsallianzen, Sponsoring</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Universitäten</li> <li>• Architekten</li> <li>• Bürger</li> <li>• Kommunen</li> </ul>
<p>Sensibilisierung/ Identität</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkung des Bottom-up-Prozesses</li> <li>• Stärkung der Identität „Wir sind Welterbe“</li> <li>• Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welterbetag als Volksfest</li> <li>• Angebote für Kinder schaffen (Wettbewerbe, Workshops, etc.), Schulung von Lehrern und Erziehern</li> <li>• „Förderlotse“ (z.B. im Ehrenamt) mit Bürgersprechtage</li> <li>• Verbesserung der Information von Bürgern</li> </ul>	<p>Alle, im Besonderen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schulen, Fachhochschulen, Volkshochschulen</li> <li>• Kindertagesstätten</li> <li>• Generaldirektion des kulturellen Erbes</li> <li>• Museen und weitere Träger, private Initiativen, Künstler</li> </ul>
<p>Inszenierung der Kultur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12 Monate im Jahr authentische Kultur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterplan Kultur             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recherche</li> <li>- Konzeption</li> <li>- Bausteine</li> <li>- Koordinierung</li> <li>- Künstlerischer Ansatz</li> <li>- Schaffung künstlerischer Werte</li> <li>- Kooperationspartner</li> <li>- Qualitätsstandards</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zweckverband</li> <li>• Veranstalter</li> <li>• Generaldirektion des kulturellen Erbes</li> <li>• Kommunen</li> <li>• (Kultur-)Vereine</li> <li>• Schiff- und Fährbetriebe</li> <li>• Touristiker</li> <li>• Museen et al. (Location)</li> </ul>

### 3.2.6 Regionale Identität

Die Teilnehmer des Workshops „Regionale Identität“ wurden mit den folgenden drei Impulsen auf das Thema eingestimmt:

**Impuls 1:** Regionalmarke Eifel  
(Markus Pfeifer, Geschäftsführer der Regionalmarke EIFEL GmbH)

**Impuls 2:** Expertenrunde „Regionale Produkte und regionales Marketing“  
(Frank Boewingloh, DLR Westerwald-Osteifel, Landschaftsarchitekt und Mitbegründer der Initiative Mittelrheinkirsche, Hiltrud Specht, Geschäftsführerin der Mittelrhein-Wein e.V.)

**Impuls 3:** Expertenrunde Regionale Strukturen und Identität  
(Uwe Hüser, Präsident der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord (heute: Staatssekretär im Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz), Hans-Dieter Gassen, Präsident der SGD Nord a.D., Torsten Raab, Leiter der Hessischen Verwaltungsstelle des Biosphärenreservats Rhön, Hans-Egon Baasch, Leiter der Obersten Landesplanungsbehörde Rheinland-Pfalz a.D., Günter Kern, Landrat und Vorsitzender des Zweckverbands Welterbe Oberes Mittelrheintal)

In den Impulsen wurde deutlich hervorgehoben, dass die Menschen im Oberen Mittelrheintal sich grundsätzlich mit ihrer Region identifizieren und stolz auf den Welterbestatus sind. Nach Aussage einiger Schüler, die zum Workshop zahlreich erschienen waren, könnte bereits in der Schule viel stärker auf das Thema Welterbe eingegangen und hierfür sensibilisiert werden. Eine entsprechende Unterrichtseinheit wurde diesbezüglich als sinnvoll erachtet.

Regionale Produkte schaffen eine hohe Identifikation mit der Region und tragen zum Erhalt und zur Weiterentwicklung der Kulturlandschaft maßgeblich bei. So gibt es bereits

die „Initiative Mittelrhein“, die den Wein als regionales Produkt stärker positioniert, und die Initiative für das regionale Produkt Mittelrheinkirsche. Auch die Gastronomie unterstützt mit dem Label der „Welterbegastgeber“ die heimischen Produzenten. Die Etablierung einer Regionalmarke, die einen ganzheitlichen Vermarktungsansatz darstellt, wäre als Weiterentwicklung der bestehenden Initiativen zu verstehen. Hierfür sind jedoch leistungsfähige Strukturen aufzubauen, die im Stande sind, die Vielzahl von Interessen und Akteuren zu bündeln.



Nachfolgende Handlungsfelder wurden bearbeitet:

- ▶ Wissen um das Welterbe/Kultur
- ▶ Begeisterung/Identität
- ▶ Perspektiven für die Jugend/Arbeitsplätze und Infrastruktur
- ▶ Dachkommunikation/Regionalmarke

In den nachfolgenden Tabellen werden die Handlungsfelder näher beschrieben. Stärken, Engpässe, Herausforderungen und Chancen sowie die Ziele, Strategien, Projekte, Beteiligte und Strukturen werden aufgeführt.

Handlungsfeld	Stärken	Engpässe	Herausforderungen	Chancen
Wissen um das Welterbe/Kultur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• UNESCO-Welterbe-Projekt-Schule in Oberwesel</li> <li>• Neue Presse-referentin beim Romantischen Rhein</li> <li>• Welterbegastgeber</li> <li>• Welterbegästepfänger</li> <li>• Welterbetag</li> <li>• Welterbeatlas</li> <li>• „UWE“ – Smaragdeidechse (1. Pixieheft)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mediale Zersplitterung</li> <li>• Der Rhein als gefühlte Grenze (keine Brücke)</li> <li>• Kein Fahrkartenvorbund (Bus, Bahn, Schiff)</li> <li>• Fehlende altersadäquate Wissensvermittlung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufnahme in die Lehrpläne der Schulen</li> <li>• Zusammenführung, Kooperation der Medien – Ziel: einheitlicher Auftritt/Produkt (Welterbezeit-schrift) für Bürger und Touristen</li> <li>• „Brücken schlagen“</li> <li>• Lokale Ebene noch besser integrieren – Welterbetag noch größer aufziehen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualifizierung, Schaffen von Heimatgefühl</li> <li>• Gemeinsamer Wissensstand</li> </ul>
Begeisterung/ Identität	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzerte/ Veranstaltungen</li> <li>• Sammel-Nachttaxi (lokal)</li> <li>• Vereinskultur</li> <li>• Natur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• UNESCO-Projekte an Schulen</li> <li>• Verkehrs-anbindung</li> <li>• Ausbildungs-plätze</li> <li>• Jugendtreffs einführen</li> <li>• Fehlende Freizeitangebote (Schwimmbäder/Kino)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infrastruktur (schwierig)</li> <li>• Austausch mit Partnerstädten</li> <li>• Bus/Bahntickets im Sinne des RLP-Ticket</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überregionale Vereine und Veranstaltungen</li> <li>• Stimme der Jugend hören, Möglichkeit gehört zu werden durch Jugendpfleger/-beirat</li> <li>• Facebook-Gruppe</li> </ul>
Perspektiven für die Jugend/ Arbeitsplätze und Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (Rh-)einseitiges Bildungs- und Arbeitsangebot</li> <li>• Familie/ Freunde</li> <li>• Kommunikation</li> <li>• Bodenständige Bevölkerung</li> <li>• Lebensqualität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nahverkehr im ländlichen Bereich</li> <li>• Mangelnde Information/ Kommunikation</li> <li>• DSL-Versorgung</li> <li>• Weite Wege (Schule, Ausbildungsstellen, ...)</li> <li>• Weiterbildung/ Freizeitangebote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbindung der beiden Rheinseiten</li> <li>• Chancengleichheit in strukturalarmen Gebieten</li> <li>• Bessere Vernetzung Schule/ Arbeitswelt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Not macht erfinderisch!</li> <li>• Ganzjährige Arbeitsplätze durch Änderung der Rahmenbedingungen zur Ansiedelung von Unternehmen</li> <li>• Lebensqualität durch verbesserte Freizeitangebote</li> </ul>
Dachkommunikation/ Regionalmarke	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viele engagierte Akteure</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kein einheitlicher Auftritt</li> <li>• Mittelrhein ≠ WE-Kulisse</li> <li>• Keine Vernetzung von Oberem und Unterem Mittelrhein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prozess</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionalmarke</li> <li>• Regionale Kommunikation</li> </ul>

Thema	Ziele	Strategien und Projekte	Beteiligte und Strukturen
Wissen um das Welterbe/Kultur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talübergreifende Wissensvermittlung für die Bevölkerung und die Gäste</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaffung einer gemeinsamen Informationsplattform</li> <li>• Nutzung neuer Informationsmedien</li> <li>• Projekte: Aufnahme in Lehrpläne, Welterbetag, Welterbeatlas bekannter machen, Apps entwickeln, Schaffen von Hot-Spots, Schaffen einer Identifikationsfigur (z.B. UWE)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schulen (z.B. AGs, ...)</li> <li>• Akteure vor Ort (Zweckverband, LEADER-LAG, Ehrenamt, ...)</li> <li>• Medien</li> <li>• Bevölkerung</li> <li>• Nahversorgungseinrichtungen</li> </ul>
Begeisterung/ Identität	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraktive Gestaltung des Lebensalltags Jugendlicher in der Region</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „UNESCO-Ticket“</li> <li>• Jugendräte</li> <li>• Veranstaltungen/ Konzerte</li> <li>• Schüleraustausch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bus und Bahn</li> <li>• Gemeinde</li> <li>• Jugend</li> <li>• Zweckverband</li> <li>• Schulen</li> <li>• Behörde</li> <li>• Kreisverwaltung/Jugendamt</li> </ul>
Perspektiven für die Jugend/ Arbeitsplätze und Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Engpässe“ verbessern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr Busse (Kleinbusse, Call-Busse, Sammeltaxis, Nachtzüge, ...)</li> <li>• Öffentliche Freizeiplätze (Basketballplätze, Bolzplätze, Jugendräume, etc...)</li> <li>• Stärkere Unterstützung der Vereinsarbeit (organisatorisch und finanziell)</li> <li>• Wir fordern Ausbildungsplätze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jugendliche</li> <li>• Vereine</li> <li>• Verbandsgemeinden</li> <li>• Gemeinden</li> <li>• Betriebe</li> <li>• Landkreis</li> <li>• Zeitung</li> <li>• Verbandsgemeinde</li> </ul>
Dachkommunikation Regionalmarke	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dachkommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebietskulisse(n) klären</li> <li>• Produktbereiche entwickeln</li> <li>• Qualitätskriterien (Definition, Kontrolle, Vermarktung)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaft</li> <li>• Zweckverband</li> <li>• Kommunen im Unteren Mittelrheintal</li> <li>• Ehrenamt</li> </ul>

### 3.3 Zukunftskonferenz

Am 18. August 2012 fand die Zukunftskonferenz von 10 bis 17 Uhr in St. Goar statt. Die ganztägige Veranstaltung hatte zum Ziel, die Ergebnisse der Workshops in verdichteter Form einem breiten Teilnehmerkreis zugänglich zu machen und die erarbeiteten Ansätze gemeinsam zu bewerten. Daher wurden die Einladungs- und Teilnehmerlisten der Workshops zusammengeführt und für die Zukunftskonferenz erneut genutzt. Darüber hinaus wurde durch die Ankündigung in der Presse und in den Mitteilungsblättern der Landkreise/Verbandsgemeinden die Bevölkerung zur Teilnahme animiert. Die samstägige Veranstaltung hatte den Vorteil, dass nun auch diejenigen Personen, die zu den werktägigen Workshops verhindert waren, teilnehmen konnten. Rund 200 Personen fanden sich in der Rheinfelshalle ein, wobei der Großteil der Teilnehmer mit der Teilnehmerstruktur der Workshops identisch war.

Die Zukunftskonferenz startete mit einer kurzen Begrüßung durch den Vizepräsidenten der Struktur- und Genehmigungsdirektion Nord David Langner, der Wirtschaftsministerin des Landes Rheinland-Pfalz Eveline Lemke sowie Walter Schumacher, Kulturstatssekretär im Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur und Welterbebeauftragter des Landes Rheinland-Pfalz.

Im Anschluss folgten zwei Impulse, die die Teilnehmer aufbauend auf dem bereits Erarbeiteten zum visionären Denken anregen sollten:

**Impuls 1:** Das Welterbe aus Sicht der Jugend  
(Schülergruppe der UNESCO Realschule plus aus Oberwesel)

**Impuls 2:** Megatrends  
(Jeanette Huber, Zukunftsinstitut)

Die Schülergruppe der UNESCO-Realschule plus aus Oberwesel präsentierte den Teilnehmern ihre Vision für eine lebenswerte Heimat und machte gleichzeitig deutlich, wo ihrer Meinung nach dringender Handlungsbedarf besteht.

Als wichtigste Punkte wurden die Verbesserung des ÖPNV, die Eröffnung eines Jugendnetzwerks sowie die Installierung eines Jugendrates genannt.

Einen weiteren Impuls lieferte Frau Jeanette Huber vom Zukunftsinstitut, die Megatrends und Zukunftsmärkte für das Obere Mittelrheintal aufzeigte. Vor dem Hintergrund der von ihr benannten Herausforderungen Umwelt, Individualisierung und Kommunikation reflektierten die Teilnehmer in einer ersten Arbeitsphase die Entwicklungsmöglichkeiten in Bezug auf das Welterbegebiet. Dabei standen bei den Teilnehmern vor allem die Themen Mobilität und Vernetzung der Verkehrsmittel im Fokus. Konkrete Projektvorschläge wurden in Form einer Kartenabfrage gesammelt. Neben den bekannten Themen wie Rheinquerung/Brücke oder die Lärmproblematik, die auch hier sehr häufig benannt wurden, konnten aber auch neue Projektideen wie das UNESCO-Ticket, das alle Verkehrsmittel vernetzt und ein Höchstmaß an Flexibilität gewährleistet, eingebracht werden.



Die Ergebnisse der Workshops wurden für die Zukunftskonferenz ausgewertet, komprimiert und präsentiert. Aus insgesamt 46 Handlungsfeldern wurden 11 zentrale Visionen abgeleitet, die anschließend von den Teilnehmern mit Hilfe von selbstklebenden Punkten (fünf pro Person und maximal zwei pro Aussage) an einer Schautafel priorisiert wurden. Somit konnte eine Gewichtung erfolgen. Nachfolgend werden die Ergebnisse dargestellt.

1. „Wir wollen mehr Ruhe im Welterbe Oberes Mittelrheintal“ **(111 Punkte)**
2. „Wir wollen eine Mobilität, die tragfähig, zukunftsfähig und bezahlbar ist“ **(108 Punkte)**
3. „Wir wollen unsere Kulturlandschaft schützen und weiter entwickeln sowie die Baukultur pflegen“ **(79 Punkte)**
4. „Wir wollen ein attraktiver Standort für Lebensqualität in den Kommunen sein“ **(49 Punkte)**
5. „Wir wollen ein attraktiver Standort für Unternehmen und Arbeitsplätze sein“ **(43 Punkte)**
6. Wir wollen mehr Qualität im Tourismus, Angebote für Jung und Alt, jedes Wetter und für jeden Geldbeutel“ **(42 Punkte)**
7. „Wir wollen die Vorstellungen der künftigen Generationen von Welterbe-Bürgern schon heute in unsere Planungen einbeziehen“ **(31 Punkte)**
8. „Wir wollen die Identität mit dem Welterbe stärken und selbstbewusst nach Innen und Außen handeln“ **(30 Punkte)**
9. „Wir wollen in Zukunft intensiv zusammenarbeiten und uns stärker organisatorisch vernetzen“ **(29 Punkte)**
10. „Wir wollen unser Welterbe einheitlich touristisch vermarkten“ **(24 Punkte)**
11. „Wir wollen die Energiewende welterbeverträglich gestalten“ **(19 Punkte)**

Zur Einstimmung auf die zweite Arbeitsphase wurden zwei Kreativspiele durchgeführt, um die Teilnehmer zum innovativen Denken anzuregen. Anschließend arbeiteten die Teilnehmer an den 11 Visionen weiter.

Für jede einzelne Vision gab es eine Pinnwand mit drei vertiefenden offenen Fragen, die von den Teilnehmern beantwortet werden sollten. Diese resultierten aus der Auswertung der Workshops und dienten dazu konkrete nächste Schritte zu eruieren. Durch bereitgestellte Wandzeitungen konnten die Teilnehmer zusätzlich auf alle bisherigen Ergebnisse aus den Workshops zurückgreifen.

Die Teilnehmer fanden sich je nach Interesse an den 11 vorbereiteten Pinnwänden ein. Die Präsentation der Ergebnisse aller Arbeitsgruppen im Plenum übernahmen Mitglieder der Lenkungsgruppe bzw. engagierte Akteure.

In einer abschließenden Gesprächsrunde mit Wirtschaftsstaatssekretär Uwe Hüser, Kulturstatssekretär Walter Schumacher, Vizepräsident der SGD Nord David Langner, Martin Orth, Mitarbeiter des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesplanung (seit 1. Oktober 2012 Leiter der obersten Landesplanungsbehörde Rheinland-Pfalz), sowie den Landräten Günter Kern und Bertram Fleck wurde deutlich gemacht, dass auf den Ideen und Projekten, die im Masterplanprozess entstanden sind, gemeinsam aufgebaut werden muss. Darüber hinaus führten sie aus, dass der Zweckverband als bereits etablierte Struktur die vielfältigen Aufgaben zwar wahrnehmen, aber auch mit den dafür notwendigen Kompetenzen und finanziellen Mitteln ausgestattet werden muss.

### 3.4 Fazit

Es wurden 46 Handlungsfelder in den Workshops identifiziert, die den Teilnehmer aller Veranstaltungen insgesamt von größter Bedeutung erschienen. Sie zeichneten nach intensiver Gruppenarbeit ein zukünftiges Bild von der Welterberegion bestehend aus 11 Hauptvisionen. Um diese wiederum in eine Rangfolge einordnen zu können, erfolgte im Anschluss eine Priorisierung.

Wird nun im weiteren Verlauf des Prozesses – sowohl bei der Strategieentwicklung als auch bei der praktischen Umsetzung künftiger Projekte – den vergebenen Prioritäten entsprechend Rechnung getragen, so ist davon auszugehen, dass diese und der gesamte Masterplan von einer breiten Mehrheit der Bevölkerung getragen und weiterhin unterstützt werden.

Dies war zu Beginn als klares Ziel formuliert worden, dessen Erreichung man durch die Durchführung der Workshops nun einen Schritt näher gekommen ist.

## 4 Visionen und Strategien

Die insgesamt 46 Teilhandlungsfelder, die in den sechs Workshops identifiziert und bearbeitet wurden, ließen sich zu 11 zentralen Visionen verdichten und im Rahmen der Zukunftskonferenz konkretisieren. Nachfolgend werden die Ergebnisse vorgestellt.

### 4.1 Wir wollen mehr Ruhe im Welterbe Oberes Mittelrheintal



**»Der Beteiligungsprozess hat deutlich gemacht, dass die Belastungen durch Lärm und Erschütterungen im Oberen Mittelrheintal von den dort lebenden Menschen nicht mehr akzeptiert werden können.«**

Uwe Hüser

Ausgelöst durch den immer stärker werdenden Schienengüterverkehr nimmt die Belastung durch Lärm und Erschütterungen für die Menschen im Oberen Mittelrheintal kontinuierlich zu. Aber auch andere Verkehrsmittel, wie Flugzeuge, Schiffe und das PKW-Aufkommen führen in der engen Tallage zu Lärmbelastungen. Dass hier die Grenze der Belastbarkeit der Bürger schon seit geraumer Zeit erreicht ist, zeigt sich auch an den zahlreichen Aktivitäten der Bürgerinitiativen. In den sechs Workshops sowie in der Zukunftskonferenz wurde die Belastung durch den Bahnlärm als grundlegendes und handlungsfelderübergreifendes Problem mit höchster Priorität gesehen. Eine schnelle Reduzierung der Lärmbelastungen und Erschütterungen wurde daher mit breiter Mehrheit eingefordert.

Ein ruhiges Tal ist grundlegende Voraussetzung für die erfolgreiche Weiterentwicklung des gesamten Welterbegebiets. Nicht nur für den Tourismus sondern auch für die qualitätsvolle Revitalisierung der Stadt- und Ortskerne ist eine schnelle Reduzierung des Bahnlärms und der Erschütterungen dringend erforderlich. Von daher ist es wichtig, mit kurz-, mittel- und lang-

fristigen Maßnahmen entscheidende und spürbare Verbesserungen für die Menschen in der Region und deren Lebensqualität herbeizuführen. Da es sich hierbei um ein sehr komplexes Themenfeld handelt, bei dem es eine Vielzahl von Beteiligten (EU, Bund, Deutsche Bahn, Land, Kommunen, Bürgerinitiativen) und Zuständigkeiten gibt, können nur durch die Vernetzung und Bündelung der Aktivitäten rasche Erfolge erzielt werden.

Hierzu wurden beispielsweise ein „gesamtes gesellschaftliches Bündnis“ und die Erarbeitung einer gemeinsamen Kommunikationsstrategie vorgeschlagen. In beiden Fällen steht die Bündelung relevanter Akteure im Vordergrund, um dadurch gemeinsam das Problem zu lösen. Unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Interessenslagen hinsichtlich der Kommunikation der Bahnlärmproblematik bei Bürgerinitiativen und Tourismusorganisationen soll gemeinsam eine „imageunschädliche“ Öffentlichkeitsarbeit entwickelt werden, die klar die Belastung der Bürger durch den Güterverkehr auf der Schiene herausstellt, gleichzeitig aber nicht imageschädlich bezüglich der touristischen Destination Oberes Mittelrheintal wirkt.

### Kurz gefasst:

- ▶ Belastung durch Lärm als grundlegendes und handlungsfelderübergreifendes Problem mit höchster Priorität
- ▶ Ruhiges Tal ist grundlegende Voraussetzung für die erfolgreiche Weiterentwicklung des gesamten Welterbegebiets
- ▶ Maßnahmen zur Vernetzung und Bündelung der Aktivitäten, wie z.B. „gesamtes gesellschaftliches Bündnis“, Erarbeitung einer gemeinsamen Kommunikationsstrategie, „imageunschädliche“ Öffentlichkeitsarbeit

## 4.2 Wir wollen eine Mobilität, die zukunftsfähig, tragfähig und bezahlbar ist (Brücke, Breitband, Medien)



**»Es muss uns gelingen, die trennende Wirkung des Rheins zu überwinden und mit Hilfe der vielf geforderten Mittelrheinbrücke ein attraktives Angebote für eine hohe Mobilität in der Region zu schaffen.«**

**Günter Kern**

Die trennende Wirkung des Rheins als bedeutendes Entwicklungshemmnis wurde in allen Workshops und in allen Handlungsfeldern thematisiert. Sie beeinträchtigt aktuell die wirtschaftliche, soziale wie auch kulturelle Entwicklung des Welterbegebiets. Die Stärkung der Region als attraktiver Wohn-, Arbeits- und Wirtschaftsstandort wird sehr stark an der Verbesserung der Querungsmöglichkeiten festgemacht. Von daher sind die identifizierten kurzfristigen Maßnahmen zur Vernetzung der rechts- und linksrheinischen Gebiete schnell anzugehen, etwa durch eine bedarfsgerechte Ausweitung der Fahrzeiten, eine Erhöhung der Taktfrequenz und attraktivere Preismodelle. Um ein höchstmögliches Maß an Flexibilität zu erhalten, fordert die Region langfristig eine feste Rheinquerung in Form einer Brücke, die in Dimension, Form und Gestaltung „welterbeverträglich“ ist.

Ein weiteres zentrales Anliegen der meisten Bürger ist die verbesserte Abstimmung und bedarfsgerechte Ausweitung

des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV). Zwischen den zuständigen Verkehrsverbänden Rhein-Main, Rhein-Nahe und Rhein-Mosel ist eine rheinübergreifende Verbindung herzustellen, indem die Fährbetriebe in das Verbundsystem aufgenommen werden. Darüber hinaus ist es erforderlich, dass sich die Verkehrsverbände mit Blick auf die ÖPNV-Versorgung des gesamten oberen Mittelrheintals in ihren Angeboten besser abstimmen und stärker kooperieren. Mit der Idee einer Welterbe-Card oder einem Welterbe-Ticket wird genau dem Bedürfnis von nahtlos integrierten Mobilitätsketten Rechnung getragen (Bus/Bahn/Fähre). Diesen Ansatz gilt es auch unter dem Aspekt der touristischen Angebotsentwicklung weiterzudenken und voranzutreiben.

Ein flächendeckender, schneller Breitbandanschluss trägt ebenfalls dazu bei, die Mobilität der Menschen im Welterbegebiet zu erhöhen. Eine gute technische Infrastruktur ist ein wichtiger Standortfaktor und damit Grundvoraussetzung für wirt-

schaftliches Wachstum und die Schaffung neuer Arbeitsplätze. In der Diskussion um Standortmarketing und Ansiedlungsmöglichkeiten von Unternehmen wurde die Zielgruppe der „Kreativberufe“ als Potenzial für das Obere Mittelrheintal identifiziert. Die Breitband-Grundversorgung ist zwar fast überall realisiert, jedoch ist für diese Zielgruppe – meist Dienstleister – ein schneller Breitbandanschluss zwingend erforderlich. Hier müssen Anstrengungen unternommen werden, die die Realisierung eines flächendeckenden, schnellen Breitbandnetzes zum Ziel haben, das über die bislang staatlich geförderte Mindestversorgung hinausgeht.

#### Kurz gefasst:

- ▶ Kurzfristig: Maßnahmen zur Vernetzung der rechts- und linksrheinischen Gebiete, z.B. Ausweitung der Fahrzeiten/Taktfrequenz
- ▶ Langfristig: Brücke, die in Dimension, Form und Gestaltung „welterbeverträglich“ ist
- ▶ Außerdem: Verbesserte Abstimmung und bedarfsgerechte Ausweitung des ÖPNV, z.B. Welterbe-Ticket für Bus/Bahn/Fähre, und ein flächendeckender, schneller Breitbandanschluss

### 4.3 Wir wollen unsere Natur- und Kulturlandschaft schützen und weiter entwickeln sowie die Baukultur pflegen!



**»Die Grundlage für die Verleihung des Welterbestatus ist die einzigartige Natur- und Kulturlandschaft des Oberen Mittelrheintals, die es zu schützen, aber auch entwickeln gilt.«**

**Dr. Stefanie Hahn**

Die Welterberegion verfügt über eine einzigartige Biotop- und Artenvielfalt, die sich dank der vielseitigen Nutzungsstruktur mit ihren gebauten kulturlandschaftlichen Elementen entwickeln konnte. Die Verbindung dieser naturszenisch bedeutsamen Landschaften mit der historischen Bausubstanz war letztlich auch ausschlaggebend für die Verleihung des Welterbestatus. Diese wertvolle Vielfalt ist aus unterschiedlichen Gründen gefährdet. Neben dem Bahnlärm als zentralem Entwicklungshemmnis des Oberen Mittelrheintals sind v.a. der fortschreitende Klimawandel und die zurückgehende Wirtschaftlichkeit der Kulturlandschaftsbewirtschaftung die entscheidenden Einfluss-

faktoren. Zusätzlich gefährdet der wachsende Sauerstoffstau die Erhaltung der historischen Bausubstanz.

Dementsprechend sollen für die Zukunft passgenaue, finanzierbare Pflegemaßnahmen umgesetzt werden. Im landschaftstypischen Wein- und Obstbau sollten zum einen die Bewirtschaftungsbedingungen dahingehend verbessert werden, dass v.a. in den schwierigen Hanglagen Streuobstwiesen weiter gepflegt werden (z.B. durch koordinierten Einsatz von Hubschraubern) und dadurch auch die Trockenmauern erhalten bleiben. Zum anderen sollte die Vermarktung dieser regionalen Produkte verstärkt werden,

um durch zusätzliche Nachfrage die ökologisch bedeutsame Bewirtschaftung der Flächen wirtschaftlich attraktiver zu gestalten. Ein gutes Beispiel für die Einführung einer regionalen Marke eines typischen Mittelrheinproduktes ist die Mittelrheinkirsche.

Grundsätzlich muss jedoch ein ganzheitliches Landschaftspflegekonzept für die Region erstellt werden, damit durch Koordination der notwendigen Bewirtschaftungs- und Pflegemaßnahmen die Erhaltung der Flusslandschaft als Ensemble funktioniert. Eine verstärkte Bewusstseinsbildung der Bürgerinnen und Bürger über die Schulen, das Internet und weitere Medien steht damit in engem Zusammenhang.

Die Erhaltung der historischen Bausubstanz sollte über die Steuerung der Innenentwicklung mittels Stadt- und Dorfentwicklungskonzepten erfolgen. Dabei ist ein koordinierter Abriss zur Aufwertung der

umliegenden Bausubstanz als Maßnahme zu integrieren. Gestaltleitbilder können insbesondere den privaten Eigentümern eine gute Hilfestellung bezüglich baulicher Erhaltungsmaßnahmen geben.

Eine zentrale Anlaufstelle für Fördermittelberatung in der Stadt- und Dorfentwicklung kann nicht nur Wege zu möglichen Finanzhilfen aufzeigen, sondern auch umgekehrt Informationen darübersammeln, welche Art von Förderung zielführend ist oder auch nicht. Im Beteiligungsprozess wurden auch in diesem Bereich durch die Identifizierung und Durchführung von Modellprojekten positive Wirkungen erwartet, wobei hier an den bestehenden Strukturen angeknüpft werden sollte. So setzt sich die Initiative Baukultur der SGD Nord für die Bewahrung und Fortentwicklung des Kulturräumes ein. Sie hat über Modellprojekte, Wettbewerbe und Gestaltungsleitfäden bereits sehr positive Akzente gesetzt.

### **Kurz gefasst:**

- ▶ Erarbeitung eines ganzheitlichen Landschaftspflegekonzeptes für die Region, zur Sicherung der Erhaltung der Flusslandschaft durch Koordination der notwendigen Bewirtschaftungs- und Pflegemaßnahmen
- ▶ Ausbau einer Regionalmarke als ein möglicher Ansatz
- ▶ Gestaltleitbild im Rahmen von Stadt- und Dorfentwicklungskonzepten

## 4.4 Wir wollen ein attraktiver Standort für Lebensqualität in den Kommunen sein (Daseinsvorsorge, Stadt- und Dorfentwicklung, Infrastruktur)



**»Der Erhalt der gewachsenen, örtlichen Strukturen und der Lebensqualität, die von ihnen ausgeht, ist ein wichtiges Anliegen der Region.«**

**Martin Orth**

Die Gemeinden des Welterbes Oberes Mittelrheintal sind durch ihre historischen Ortszentren geprägt. Bedingt durch ihre Lage im beengten Flusstal (Kernbereich des Welterbegebiets) besitzen sie aber nicht die gleichen Handlungsspielräume in der Flächenentwicklung wie die Gemeinden auf den Höhen, die ihrerseits zum Teil Defizite in der infrastrukturellen Versorgung aufweisen. Aufgrund von fehlenden Entwicklungsmöglichkeiten und die in den letzten Jahren gestiegene Beeinträchtigung durch Bahnlärm nimmt die Zahl der innerörtlichen Leerstände in einigen Talgemeinden bereits drastisch zu. Hingegen ist die Grundversorgung auf den Rheinhöhen wegen der schrumpfenden Nachfrage vereinzelt auf dem Rückzug. Es ist daher vor allem wichtig, dass sich die Gemeinden des Welterbegebiets zukünftig in Bezug auf Fragen und Problemstellungen der Stadt- und Dorfentwicklung eng abstimmen und nicht – wie beispielsweise bei Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben häufig der Fall – als Konkurrenten auftreten.

Die Gemeinden im Welterbe Oberes Mittelrheintal bieten große Potenziale, die allgemeine Lebensqualität für die Zukunft zu sichern. Die Ortskerne sind nach wie vor sehr belebt. Es gibt mehrere gute Beispiele der Umnutzung von

leergefallenen Gebäuden. Weitere leerstehende Gebäude könnten mittels intelligenter Umstrukturierungsmaßnahmen genutzt werden. Hierfür bedarf es allerdings zunächst einer systematischen Erfassung der Leerstände in der Region, damit anschließend konzeptionelle Lösungen vorgeschlagen werden können. Einen ersten Ansatz hierfür liefert die Pilotstudie zur integrierten Wohnbestandsentwicklung am Beispiel Oberwesel des Architekturinstituts der Fachhochschule Mainz.

Um sinnvolle Maßnahmen eines Leerstandsmanagements strukturiert mit der weiteren baulichen Entwicklung abzustimmen, haben viele Kommunen Stadt- und Dorfentwicklungskonzepte erarbeiten lassen. Da die Konzepte jedoch unabhängig voneinander erarbeitet wurden, sind diese nur unzureichend vernetzt und bleiben weit hinter ihren Möglichkeiten. Einzelmaßnahmen führen häufig nicht zum gewünschten Erfolg, so dass die interkommunale Vernetzung und Kooperation hinsichtlich der Siedlungsflächen- und Innenentwicklung dringend erforderlich ist.

Als besonders bedeutsame flankierende Maßnahme wurde im Beteiligungsprozess die Einsetzung eines zentralen Ansprechpartners für Förder- und Gestaltungs-

fragen identifiziert, um v.a. private Akteure für Investitionen in die Stadt- und Dorfentwicklung zu gewinnen und weitergehende Informationsveranstaltungen zur Bewusstseinsbildung zu organisieren. Die Zusammenstellung eines Leitfadens zu innerörtlichen Nachnutzungsszenarien und die Auslobung von entsprechenden Architekturwettbewerben wurden als weitere mögliche Projektideen genannt.

Im Bereich der Daseinsvorsorge und der Bereitstellung von Infrastruktur wirken v.a. in den Sommermonaten die vielen Touristen dem demografisch bedingten Nachfra-

gerückgang entgegen. Darüber hinaus stellt sich vor diesem Hintergrund auch die Frage, wie die Nachfolge in den einzelnen Betrieben gesichert werden kann. Hierbei wird die Mobilität als entscheidender Erfolgsfaktor gesehen.

Zunächst muss über eine angemessene Breitbandanbindung der Kommunen die Grundvoraussetzung für neue Lieferketten geschaffen werden, um einen Teil der nötigen Dienstleistungen via Internet bereitstellen zu können. Gegebenenfalls entstehen dabei sogar neue Wertschöpfungsketten („Amazon fürs Welterbe“).

Des Weiteren sollten zukünftig immer mehr mobile Einrichtungen die Grundversorgung der Ortsgemeinden sichern (mobiles Bürgerbüro, mobile Arztpraxis, mobiler Einzelhandel, etc.) oder die verkehrliche Anbindung der Ortsgemeinden an starke Versorgungszentren qualitativ aufgewertet werden (z.B. situationsangepasste Ruftaxi-Lösungen). Entsprechende Pilotprojekte sollten kurzfristig eine Umsetzung erfahren, um durch sie praktische Lösungsansätze zu erproben und wichtige Erfahrungen für die Zukunft zu sammeln.

#### **Kurz gefasst:**

- ▶ Interkommunale Kooperationen und aufeinander abgestimmte Entwicklungen sind erforderlich
- ▶ Einrichtung einer zentralen Beratungsstelle für Förder- und Gestaltungsfragen
- ▶ Maßnahmen entsprechend Handlungsfeld Mobilität und mobile Einrichtungen für die Grundversorgung der Ortsgemeinden unbedingt notwendig

## 4.5 Wir wollen ein attraktiver Standort für Unternehmen und Arbeitsplätze sein



**»Durch eine stärkere Vernetzung der Unternehmen und regionalen Akteure können wir Entwicklungspotenziale v.a. in den Bereichen Dienstleistung und Kreativwirtschaft nutzbar machen.«**

**Achim Kistner**

Der Wirtschaftsstandort Oberes Mittelrheintal ist gekennzeichnet durch eine gute überregionale verkehrstechnische Anbindung, qualifizierte Beschäftigte und einen hohen Freizeitwert. Ein weiterer Standortvorteil sind die Fachhochschulen in Bingen am Rhein und Koblenz sowie die Universität in Koblenz, die es jungen Menschen ermöglichen, eine qualifizierte Ausbildung zu absolvieren. Innerhalb der Region ist die trennende Wirkung des Rheins im Wirtschaftsleben deutlich spürbar und die Versorgung mit schnellem DSL vor allem in den Höhengemeinden nicht immer gewährleistet. Dadurch kommt es insbesondere in Handwerk, Handel, Gastronomie und Pflegeberufen zu einem Mangel an Fachkräften und – wie v.a. die größeren Unternehmen beklagen – auch zu einem Mangel an qualifizierten Führungskräften.

Eine Stärkung der kleinen und mittelständischen Unternehmen ist für eine positive wirtschaftliche Entwicklung der Region die grundlegende Voraussetzung. Es bestehen bereits mehrere einzelne, fachbezogene Wirtschaftnetzwerke, die jedoch noch rheinübergreifend miteinander verbunden werden müssen, um Entwicklungspotenziale v.a. in den Bereichen Dienstleistung und Kreativwirtschaft nutzbar zu machen. Hierbei spielt auch die Einbeziehung der nahe-

gelegenen Hochschulen eine wichtige Rolle. Die im Rahmen der Workshops diskutierte Unterstützung der Unternehmen bei der Regelung der Betriebsnachfolge und bei Existenzgründung sowie die Einrichtung eines Arbeitsforums Oberes Mittelrheintal könnten erste sinnvolle Maßnahmen darstellen. Das Lebensumfeld benötigt ebenfalls eine attraktive Gestaltung, um geeignete Fach- und Führungskräfte für die Region zu gewinnen.

Wirtschaftsförderung und Standortmarketing werden derzeit von den Landkreisen und Kommunen selbst als Aufgabe wahrgenommen. Durch die Bündelung dieser Aufgaben und Aktivitäten könnten Synergieeffekte für das gesamte Welterbegebiet entstehen. Gemeinsame Werbemaßnahmen, wie z.B. ein Imagefilm, werden als geeigneter Ansatz zur Darstellung des vielfältigen Angebots in der Region gesehen. Es wird als sinnvoll erachtet, eine entsprechende Aufgaben- und Kompetenzübertragung von den Kommunen an den Zweckverband – gerade auch in Kombination mit der Idee einer zentralen Fördermittelberatungsstelle – zu prüfen.

### Kurz gefasst:

- ▶ Stärkung kleiner und mittelständischer Unternehmen
- ▶ Rheinübergreifende Verbindung der verschiedenen Wirtschaftsnetzwerke
- ▶ Einbeziehung der nahegelegenen Hochschulen
- ▶ Übertragung der Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketingfunktionen von den Kommunen auf den Zweckverband

## 4.6 Wir wollen mehr Qualität im Tourismus, Angebote für Jung und Alt, jedes Wetter und jeden Geldbeutel



**»In Bezug auf die Angebots-, Service- und Aufenthaltsqualität müssen wir uns kontinuierlich weiterentwickeln und uns den gesteigerten Anforderungen unserer Gäste stellen.«**

**Claudia Schwarz**

Die Welterberegion ist eine der führenden Destinationen in Deutschland. Sie bietet neben der von Fluss und Wein geprägten einzigartigen Landschaft eine Vielzahl von Burgen, Schlössern und Denkmälern und ist Ort zahlreicher Veranstaltungen sowie Festivals aus Kunst und Kultur. Dabei kooperieren die touristischen Leistungsträger bereits in vielen Bereichen (z.B. über die Dachorganisation Romantischer Rhein Touristik) und treten somit auch gegenüber den Kunden als eine Region auf. Diese erfährt vor allem durch den starken Bahnlärm im Rheintal und durch die nicht ausreichenden Querungsmöglichkeiten des Rheins eine Einschränkung der Attraktivität als Destination. Zusätzlich weisen viele touristische Einrichtungen einen großen Investitionsstau auf (insbesondere die Hotellerie), gepaart mit weiteren Qualitätsschwankungen v.a. im Servicebereich liegen hier die Handlungsbedarfe der Zukunft.

Aufbauend auf den bestehenden Angebotsstrukturen sollen diese für neue Zielgruppen erweitert werden. Dabei werden maßgeblich die Gruppe der Best-ager, Großeltern mit ihren Enkeln sowie Entspannung-Suchende ins Auge gefasst.

Ein erster Ansatzpunkt ist der Ausbau des touristischen Angebots für die Nebensaison und den Winter, indem beispielsweise das kulturelle Veranstaltungsprogramm in Kooperation mit den Burgen und Winzern ausgeweitet wird, neue Entertainmentangebote geschaffen und verstärkt Leistungen im Bereich Gesundheitstourismus/Wellness etabliert werden.

Damit zusammenhängend lassen sich auch einige kulturgeschichtliche Aspekte des Oberen Mittelrheintals weiter ausbauen (z.B. Themenwanderung, Schiffstouren, Märkte, Feste, etc. im Themenschwerpunkt „Römer“). Die dafür notwendige engere Zusammenarbeit

der touristischen Leistungsträger untereinander und mit den Tourismusorganisationen der Region könnte in einem Masterplan „Kultur und Tourismus“ konzeptionell vorbereitet werden. Die Realisierung der Akteurskooperation erlaubt dann auch eine gebündelte Bewerbung des touristischen Angebots der Region im Internet. Wenn Kunden weitergehend individuelle Packages via Internet zusammenstellen und buchen können, kann dies zur Gewinnung der anvisierten neuen Zielgruppen immens beitragen.

Parallel dazu soll auch im bestehenden Angebot zukünftig verstärkt auf die Erreichung und Erhaltung von Qualitätsstandards gesetzt werden, indem den touristischen Leistungsträgern der Region ein entsprechendes umfassendes Schulungs- und Seminarprogramm sowie Zertifizierungsmöglichkeiten angeboten werden. Dadurch werden die touristischen Betriebe nicht nur für die Kunden, sondern auch für Nachwuchsfachkräfte attraktiver.

#### Kurz gefasst:

- ▶ Ausbau des touristischen Angebots für die Nebensaison und den Winter, sowie Erweiterung auf neue Zielgruppen
- ▶ Engere Zusammenarbeit der touristischen Leistungsträger untereinander und mit den Tourismusorganisationen der Region, auch bei Marketingaktivitäten
- ▶ Erreichung und Erhaltung von Qualitätsstandards

## 4.7 Wir wollen die Vorstellungen der künftigen Generationen von Welterbe-Bürgern schon heute in unsere Planungen einbeziehen (Beteiligung, Haltestrategien)



**»Wenn wir junge Menschen für die Region begeistern wollen, müssen sie ein Mitspracherecht bei der zukünftigen Gestaltung des Mittelrheintals bekommen.«**

David Langner

Um die Entwicklung der Welterberegion zukunftsfähig zu machen und somit vor allem den Bedürfnissen der jungen Bevölkerung zu entsprechen, bedarf es eines übergreifenden Ansatzes, der Faktoren aus verschiedenen Themenbereichen miteinander verbindet. Damit möchte die Welterberegion Jugendliche und junge Erwachsene in der Region halten und neue gewinnen.

Die Qualität der Region als Wohnstandort für junge Menschen wird auch maßgeblich durch die verfügbare Verkehrsinfrastruktur geprägt. Werden die im Handlungsfeld Mobilität ins Auge gefassten Ziele erreicht (Reduzierung des Bahn lärms, Verbesserung der Rheinquerung, günstiges und ver-

bundübergreifendes ÖPNV-Angebot, v.a. abends und nachts), trägt dies entscheidend zur Attraktivitätssteigerung des Wohnstandorts Welterbe Oberes Mittelrheintal bei. In Verbindung mit den belebten Innenstädten im Welterbegebiet kann dann auch ein aktives Standortmarketing aufgebaut werden, das bereits in der Schule eine entsprechende Sensibilität für das Welterbegebiet vermittelt und auf Jugendliche und junge Erwachsene ausgerichtet ist (u.a. Rückholstrategie für außerhalb der Region Studierende, Welterbetag).

Die Schulen und Ausbildungsstätten sind die zentralen Akteure bei der Gestaltung der Zukunftsperspektiven für die kommen-

den Generationen im Welterbegebiet. Sie weisen schon heute ein gutes Angebot zu spezifischen Zukunftsthemen auf und sollen darauf aufbauend das Halten und Steigern des allgemeinen Bildungsniveaus gewährleisten, indem Wissen zielgruppenadäquat vermittelt wird. Es müssen zusätzliche Weiterbildungsangebote geschaffen werden, um das lebenslange Lernen im Welterbegebiet weiter zu stärken.

Darüber hinaus sollen die Schulen und Ausbildungsstätten zukünftig eng mit den Unternehmen der Region kooperieren, um Nachwuchskräfte zu gewinnen. Sie können dadurch Ausbildungsplätze schaffen, die der Zukunftsvorstellung der Jugendlichen entsprechen und so den Unternehmen eine positive wirtschaftliche Perspektive ermöglichen. Die Arbeitgeber der Welterbe-region sollten außerdem die enge Kooperation mit den Universitäten und Hochschulen in der Umgebung

sowie das künstlerische Potenzial in der Region suchen, um attraktive Arbeitsplätze in einem gesunden, zukunftsfähigen Branchenmix anbieten zu können.

Die Kommunen müssen dazu flankierend die neuen Lebens- und Arbeitsmodelle junger Menschen unterstützen, indem sie Betreuungssysteme dezentralisieren, flexibilisieren und – auch über Ländergrenzen hinweg – miteinander verbinden. Im Bereich der Jugendarbeit könnten sie in enger Zusammenarbeit klare Zuständigkeiten in der Region schaffen und u.a. das Angebot an Jugendtreffs erweitern.

Das Welterbegebiet verfügt über einen hohen Freizeitwert und eine aktive Vereinskultur, die in Zukunft noch stärker auf Jugendliche und junge Erwachsene ausgerichtet werden sollte. Neben der zentralen Organisation und der entsprechenden jugendspezifischen Anpassung sowie der

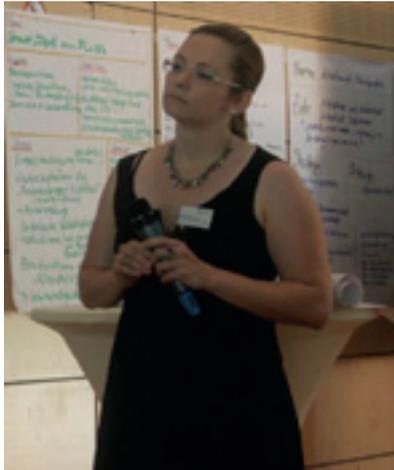
Erweiterung des Freizeitangebotes in Verbindung mit einer verstärkten Öffentlichkeitsarbeit wird das Hauptaugenmerk auf die Nutzung der neuen Medien gelegt. Dementsprechend spielt auch in diesem Zusammenhang die Gewährleistung einer angemessenen DSL-Versorgungsqualität eine gewichtige Rolle, damit die Grundvoraussetzung für die in den Beteiligungsworkshops diskutierten Projektideen (u.a. Regionales Freizeit-Informationssystem, Welterbe-Apps, Welterbe-Freizeitkarte inkl. ÖPNV-Ticket) geschaffen werden kann.

Da die im Rahmen der Zukunftskonferenz erarbeiteten Konkretisierungen der Vision wenig zu deren Wortlaut passen, wird für den weiteren Entwicklungs- und Umsetzungsprozess die folgende Formulierung empfohlen: „Wir wollen den kommenden Generationen von Welterbe-Bürgern Chancen und Zukunftsperspektiven bieten“.

### **Kurz gefasst:**

- ▶ Aktives Standortmarketing für einen attraktiven Wohnstandort neben den im Handlungsfeld Mobilität beschriebenen Zielen
- ▶ Zusätzliche Weiterbildungsangebote, in enger Kooperation mit der Wirtschaft
- ▶ Betreuungssysteme dezentralisieren, flexibilisieren und miteinander verbinden
- ▶ Jugendspezifischen Anpassung und Erweiterung der Freizeitangebote (verstärkte Öffentlichkeitsarbeit, v.a. in den neuen Medien)

## 4.8 Wir wollen die Identifikation mit dem Welterbe stärken und selbstbewusst nach Innen und Außen handeln!



**»Der Welterbestatus hat dazu beigetragen, dass die Menschen auf das Obere Mittelrheintal mit seiner einzigartigen Kulturlandschaft stolz sind und sich mit ihrer Region identifizieren. Daher ist es wichtig, dass wir alle Generationen auf dem künftigen Weg mitnehmen.«**

**Nadya König-Lehrmann**

Nach zehn Jahren Welterbestatus der Region identifiziert sich bereits ein Großteil der Bürger mit dem Oberen Mittelrheintal als räumliche Einheit, was auch die breite Beteiligung am Masterplanprozess bestätigt. Das Bewusstsein um das Welterbe wird vor allem im Tourismusmarketing und bei den touristischen Leistungsträgern vor Ort gelebt und findet auch dort Eingang in die tägliche Arbeit. Die kooperierenden Akteure bündeln ihre Angebote unter der Marke Welterbe und profitieren somit gleichermaßen davon. Für die Zukunft ist es also anzustreben, weitere Veranstaltungen und Angebote in Verbindung mit dem Welterbe zu bringen.

Im täglichen Leben der Bürger aus unterschiedlichen Teilen des Welterbegebiets spielt die gemeinsame Identifikation mit dem Welterbe eine eher nachrangige Rolle. Lediglich in Bezug auf die Freizeitgestaltung rückt die ganzheitliche Betrachtung des Welterbegebiets in den Vordergrund. Dabei ist jedoch festzustellen, dass der soziale Aktionsraum der Bürger stark von der Trennungswirkung des Rheins beeinflusst wird. Das soziale Umfeld der linksrheinischen Bevölkerung bleibt maßgeblich auf das linke Rheinufer beschränkt, analog dazu beschränkt sich das soziale Umfeld der rechtsrheinischen Bürger auf das rechte Rheinufer.

Dementsprechend ist es absehbar, dass eine deutliche Verbesserung der Querschnittsmöglichkeiten des Rheins zu einer stärkeren Identifikation mit dem gesamten Welterbegebiet beiträgt.

Das Handeln der öffentlichen Hand ist in der Regel auf die vorhandenen Verwaltungseinheiten zugeschnitten, sodass eine Identifikation mit dem Welterbe nicht unbedingt gefördert wird. Die Gründung des Zweckverbandes war der entscheidende Schritt dieser Entwicklung entgegenzuwirken und das Verwaltungshandeln in Ansätzen für das gesamte Welterbegebiet abzustimmen. Dieser Weg ist weiter aktiv zu verfolgen.

Im schulischen Bereich ist das Bewusstsein um das Welterbe schon etwas stärker in den Fokus gerückt. Nicht nur in der UNESCO-Schule in Oberwesel sondern innerhalb der gesamten Region findet das Thema Welterbe Berücksichtigung in Lehrplänen und schulischen Veranstaltungen. Diese Entwicklung ist weiter zu unterstützen und zu verstärken, z.B. durch einen gemeinsamen Welterbetag aller Schulen oder durch regelmäßige Welterbe-Projektwochen. Das größte bewusstseinsbildende Potenzial wird jedoch einem Welterbe-Ticket zugeschrieben, das als Fahrkarte für den ÖPNV und als Eintrittskarte für Freizeit

angebote u.ä. genutzt werden kann. Somit wird der Austausch untereinander vereinfacht und der Bevölkerung wird ermöglicht, das gesamte Welterbegebiet kennenzulernen.

Vor diesem Hintergrund ist der einheitliche Auftritt des Welterbegebiets nach innen zu seinen Bürgern, wie nach außen gegenüber Touristen von zentraler Bedeutung für die Identitätsbildung. Eine gemeinsame Informationsplattform eines gestärkten Zweckverbands wäre somit ein erster Schritt in diese Richtung.

Nur wenn sich die Bürger als Einwohner sehen, sind sie auch bereit, sich für das Welterbegebiet zu engagieren und zu deren positiven Entwicklung beizutragen. Demzufolge sollten in der Zukunft entsprechende Unterstützungsmaßnahmen umgesetzt werden, wie z.B. Informationsveranstaltungen, Seminare und Börsen zum ehrenamtlichen Engagement im Welterbegebiet.



### Kurz gefasst:

- ▶ Sozialer Aktionsraum der Bürgerinnen und Bürger stark von der Trennungswirkung des Rheins beeinflusst → Verbesserung der Querungsmöglichkeiten zur stärkeren Identifikation mit der gesamten Welterbe-region
- ▶ Einheitliches öffentliches Handeln über Verwaltungsgrenzen hinweg → Stärkung des Zweckverbands
- ▶ Bewusstsein für das Welterbe in Schulen fördern und v.a. junge Bevölkerung und Gäste mit „Welterbe-Ticket“ einander näher bringen

## 4.9 Wir wollen in Zukunft intensiver zusammen arbeiten und uns stärker organisatorisch vernetzen



**»Durch eine Optimierung der vernetzten Zusammenarbeit können bislang ungenutzte Potentiale aktiviert werden, um die nun anstehenden vielfältigen Aufgaben für eine zukunftsorientierte Entwicklung der Region effektiv und erfolgsorientiert anzugehen.«**

**Bertram Fleck**

Das Gebiet des Welterbes Oberes Mittelrheintal erstreckt sich über fünf Landkreise in zwei Bundesländern und vier Verbandsgemeinden, sodass ein regionseinheitliches Verwaltungshandeln zum aktuellen Zeitpunkt einer aufwendigen Abstimmung bedarf. Dies führte bislang nicht nur zu einem zeitlichen, sondern teilweise auch zu einem inhaltlichen Hemmnis der regionalen Entwicklung. Räumliche und sektorale Planungen wurden nicht für das komplette Welterbegebiet erstellt, sondern meist für einzelne Teilbereiche zusammen mit angrenzenden Teilregionen. Dies führte zu einem Nebeneinander von unterschiedlichen Zielen, Strategien und Maßnahmen, die teilweise auch die gesamthafte Entwicklung des Welterbegebiets konterkarierten.

Mit der Einrichtung des Zweckverbandes wurde eine Grundlage für eine verbesserte Koordination geschaffen. Er hat sich im Laufe der Jahre in der Region etabliert und eine hohe Akzeptanz erworben. Auch durch den Masterplanprozess ist der Zweckverband noch stärker in die Öffentlichkeit getreten. Dennoch konnte er bislang den vielfältigen Ansprüchen der sehr engagierten Bürger der Region nicht immer gerecht werden. Darüber hinaus sind gewisse Aufgaben und Zuständigkeiten nicht bei Zweckverband

angesiedelt, sondern werden von den Kommunen und Landkreisen wahrgenommen. Es lässt sich im Rahmen des Beteiligungsprozesses feststellen, dass die Notwendigkeit besteht, bestimmte Aufgaben und Kompetenzen beim Zweckverband zu bündeln, und bei ganzheitlichen Entwicklungen sinnvoll ist.

Daher trat bei allen Diskussionen im Rahmen der Workshops und der Zukunftskonferenz die Stärkung des Zweckverbandes hinsichtlich Entscheidungskompetenzen, Budget und Personalplanung als entscheidender strategischer Ansatz für eine positive Entwicklung der Region deutlich hervor. Insbesondere in den Bereichen „Regionale Mobilität und Verkehr“, „Erhalt des kulturellen Erbes“, „Unterstützung des Ehrenamtes“, „Öffentlichkeitsarbeit“ (u.a. Koordination und Pflege eines einheitlichen Internetauftritts der Region) und zum Teil auch „Tourismus“ (in enger Abstimmung mit der Romantischer Rhein Touristik) sollten Aufgaben beim Zweckverband stärker gebündelt werden, inklusive des dafür nötigen Finanz- und Personalbudgets von Landkreisen und Kommunen. Darüber hinaus könnte beim Zweckverband eine zentrale Anlaufstelle für Fördermittelberatung in der Region eingerichtet werden, um Interessenten effizient und

### Kurz gefasst:

- ▶ Stärkung des Zweckverbands hinsichtlich Entscheidungskompetenzen, Budget und Personalplanung als entscheidender strategischer Ansatz
- ▶ Entscheidungskompetenzen v.a. in den Bereichen regionale Mobilität und Verkehr, Erhalt des kulturellen Erbes, Unterstützung des Ehrenamtes, Öffentlichkeitsarbeit
- ▶ Organisation der infrastrukturellen und der Daseinsvorsorge in größeren Einheiten als Ortsgemeinden und Verbandsgemeinden

schnell mit Grundlageninformationen zu versorgen und sie nach kompetenter Beratung an die entsprechenden Fachbehörden zu verweisen.

Die Prozessbeteiligten sahen außerdem die Notwendigkeit und auch die Chance, die infrastrukturelle Versorgung und die Daseinsvorsorge in größeren Einheiten als Orts- und Verbandsgemeinden zu organisieren (z.B. Feuerwehr). Hierbei gilt es zu prüfen, inwiefern der Zweckverband auch diese Aufgabe übernehmen und bewältigen kann, da es sich um hoheitliche Aufgaben der Kommunen handelt.

## 4.10 Wir wollen unser Welterbe einheitlich touristisch vermarkten



**»Der Tourismus ist der bedeutendste Wirtschaftsfaktor in der Region. Jedoch gilt es, den gesamten Wirtschaftsstandort Welterbe Oberes Mittelrheintal wettbewerbsfähig für die Zukunft zu stärken.«**

Karl Ottes

Mit der Romantischer Rhein Touristik GmbH (RRT) besitzt die Region bereits eine erfolgreich agierende Organisation zur Vermarktung des touristischen Angebots. Die touristischen Leistungsträger vor Ort kooperieren bereits in vielen Bereichen der Vermarktung ihrer Angebote im Welterbe (z.B. Welterbegastgeber, Welterbeführer etc.).

Diese Strukturen haben in der Vergangenheit bereits ihre Handlungsfähigkeit bewiesen. Allerdings gibt es gerade bezüglich der Abstimmung zwischen den lokalen Leistungsträgern und der RRT sowie zwischen den lokalen Tourismusorganisationen und der RRT noch deutliches Verbesserungspotenzial. Die Vernetzung unter diesen Akteuren und insbesondere auch mit Reiseveranstaltern und Jour-

nalisten sollte weiter verstärkt werden, um als Destination aufzutreten. Dafür werden klare übergreifende Strukturen und transparente Entscheidungsprozesse benötigt, die deutlich über das teilweise noch bestehende lokale Denken hinausgehen.

Um den permanenten Abstimmungsbedarf möglichst klein zu halten und die Vermarktung der touristischen Angebote des Welterbes Oberes Mittelrheintal effizienter zu gestalten, wurde es von allen Prozessbeteiligten als sinnvoll angesehen, die RRT als verantwortliche Dachorganisation dahingehend zu stärken, dass ihr die kommunalen Tourist Informationen direkt zu- und nachgeordnet werden. Die RRT könnte dann auch die Verantwortung für Einrichtung und Pflege einer

zentralen Angebotsplattform für die Region tragen. Darüber hinaus sollten ebenfalls Vermarktungswege über Social Media verstärkt beschritten werden.

Die konzentrierte Organisation der Destination Welterbe Oberes Mittelrheintal ermöglicht letztlich eine koordinierte Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenarbeit mit den regionalen Medienunternehmen (z.B. Herausgabe einer Welterbezeitung, ggf. auch als einheitlicher Teil in den bestehenden regionalen Tageszeitungen). Darüber hinaus ist in Abstimmung mit den Verkehrsverbänden die Ausgabe eines Welterbe-Tickets denkbar, das den Touristen in der Region neben einer ÖPNV-Netzkarte auch Ermäßigungen bei der Nutzung der touristischen Angebote gewährt.

### Kurz gefasst:

- ▶ RRT als verantwortliche Dachorganisation, der die kommunalen Tourist Informationen direkt zu- und nachgeordnet werden
- ▶ Verstärkte Vernetzung unter Akteuren sowie mit Reiseveranstaltern und Journalisten
- ▶ Weitere übergeordnete Funktionen, wie z. B. Verwaltung einer zentralen Angebotsplattform, Abstimmung mit Verkehrsverbänden und koordinierte Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenarbeit mit den regionalen Medienunternehmen, Social Media-Betreuung



## 4.11 Wir wollen die Energiewende welterbeverträglich gestalten



**»Die Energiewende ist ein komplexes Thema, das die Interessen von vielen Akteuren berührt. Vor dem Hintergrund des Welterbestatus müssen diese Interessen behutsam zusammengeführt werden, damit die Energiewende und die energetische Inwertsetzung der baukulturellen Schätze gelingen kann.«**

**Sigrid Wirtz-Ries**

Die Energiewende soll auch im Oberen Mittelrheintal aktiv gestaltet werden. Der Ausbau regenerativer Energien ist dabei immer vor dem Hintergrund der Welterbeverträglichkeit zu prüfen, da es die einzigartige Natur- und Kulturlandschaft zu schützen gilt. In diesem Zusammenhang steht schon seit längerem die Erzeugung von Strom durch Windkraftanlagen in der Diskussion, die durch Form und Höhe stark raum- und landschaftsprägend sind.

Der Ausbau regenerativer Energien liegt in erster Linie bei den einzelnen Kommunen, wodurch es eine Vielzahl von unabgestimmten Einzelplanungen und -interessen gibt, die mitunter Auswirkungen auf die Welterbeverträglichkeit haben können. Für die Zukunft sollte im Rahmen einer abgestimmten Gesamtplanung der Ausbau der regenerativen Energien sinnvoll und

effizient gebündelt werden. Neben Wirtschaftlichkeits- und Effizienzvorteilen wird somit auch die Erhaltung des UNESCO-Welterbestatus gesichert. Darüber hinaus sollte im Rahmen des Gesamtkonzepts der Nutzen regenerativer Energieerzeugung für alle Kommunen im Welterbegebiet im Sinne von Solidargemeinschafts- und Genossenschaftsmodellen geprüft werden.

Zur Wahrnehmung der Bündelungsfunktion wurde die Idee eines Energiekoordinators eingebracht, der in erster Linie zentrale Potenziale identifiziert, bestehende Planungen und Aktivitäten bündelt und Kommunen beratend zur Seite steht. Hier können auch weitergehende Projektansätze einfließen, welche die Nutzung der natürlichen Gegebenheiten wie die Fließenergie des Rheins oder die Reliefenergie des Tals ausschöpfen.

### **Kurz gefasst:**

- ▶ Ausbau regenerativer Energien in kommunaler Verantwortung, muss welterbeverträglich gestaltet werden
- ▶ Vielzahl von Einzelplanungen und -interessen, die im Rahmen einer abgestimmten Gesamtplanung zum Ausbau regenerativer Energien sinnvoll und effizient gebündelt werden müssen
- ▶ Idee eines Energiekoordinators

## 4.12 Vergleich mit vorhandenen konzeptionellen Arbeiten

Der Prozess zur Erstellung des Masterplans für das Welterbe Obere Mittelrheintal wurde mit dem Bewusstsein gestartet, dass es bereits einige konzeptionelle Vorstellungen zur Entwicklung dieses Gebiets gibt. Die vorliegenden Entwicklungskonzepte wurden allerdings nicht im Rahmen eines ähnlich umfassenden und öffentlichkeitswirksamen Prozesses entwickelt und sind zum Teil auch schon einige Jahre alt. Daher sollen die Ergebnisse des Masterplanprozesses mit denen der zwei wichtigsten Konzeptionen im Welterbegebiet,

dem UNESCO-Managementplan aus dem Jahr 2001 und dem Handlungsprogramm des Zweckverbandes Welterbe Oberes Mittelrheintal aus dem Jahr 2012 verglichen werden.

Der UNESCO-Managementplan wurde im Zuge des Antragsverfahrens zur Aufnahme des Oberen Mittelrheintals in die Welterbeliste der UNESCO erstellt. In diesem Plan wurden damals nach Auswertung von Raumstrukturdaten, bestehenden formellen und informellen Planungsinstrumenten sowie Expertengesprächen und unter Einbeziehung eines räumlichen Leitbilds (inkl. Zielbereichen und konkreten Zielen) Maßnahmen und

Projekte für das Welterbegebiet entwickelt. Mit der Erstellung des Masterplans sollen nun auch inhaltliche Impulse für eine Fortschreibung des UNESCO-Masterplans gegeben werden.

Der Zweckverband Oberes Mittelrheintal besteht seit 2005 und koordiniert die Zusammenarbeit der Gebietskörperschaften im Welterbegebiet. Mit Hilfe seines Handlungsprogrammes legt er die Grundlagen für die Entwicklung der Region. Nachdem das erste Handlungsprogramm 2011 ausgelaufen war, wurde es dieses Jahr für den Zeitraum 2012–2017 fortgeschrieben. Es formuliert neben den allgemeinen Handlungsfeldern und Projektthemen auch konkrete Ziele, leitet Maßnahmen ab und benennt die Hauptakteure in der angestrebten Umsetzung.

Im vergleichenden Überblick über die drei Konzeptionen wird deutlich, dass in allen Dokumenten dieselben Schwerpunktthemen gesetzt wurden. Teilweise erreichen dabei UNESCO-Managementplan und Handlungsprogramm eine Detailtiefe, die so für den Masterplan nicht vorgesehen war. Dementsprechend bilden diese Dokumente einen guten Referenzrahmen für die weitere, konkretisierende Arbeit mit dem Masterplan. In nachfolgender Tabelle werden die einzelnen konzeptionellen Arbeiten gegenübergestellt.



Masterplan	UNESCO-Managementplan	Handlungsprogramm des Zweckverbandes
<i>Visionen</i>	<i>Zielbereiche des Leitbilds</i>	<i>Handlungsfelder und Unterthemen</i>
Mehr Ruhe	Lärmbekämpfung und integriertes Verkehrskonzept	Bahnlärm - die Lärmbelastung reduzieren (HF 1)
Tragfähige, zukunftsfähige und bezahlbare Mobilität	Lärmbekämpfung und integriertes Verkehrskonzept	Rheinquerung - die natürliche Grenze überwinden (HF 1)
		Mobilität und ÖPNV - Attraktives Angebot sicherstellen (HF 1)
Schutz und Entwicklung der Kulturlandschaft, Pflege der Baukultur	Sicherung des Weinbaus	Landschaftsbild - erhaltende Erneuerung der Landschaft (HF 3)
		Weinbau - Steillagen als besondere Herausforderung (HF 3)
		Obstbau - Sortenvielfalt wiederbeleben (HF 3)
	Erhalt von Burgen, Ortsbildern und Denkmälern	Architektur und Stadtplanung - Qualität in Planung und Ausführung (HF 2)
		Städtebaulich bedeutsame Einzelvorhaben - Chance für neue Entwicklungen (HF 2)
		Route der Welterbe-Gärten - Lebendige Verbindungselemente (HF 3)
		Bahnhöfe und ihr Umfeld - Visitenkarte der Orte (HF 1)
		Ufergestaltung - Leben am Wasser: Plätze, Parks und Promenaden (HF 2)

Standort für Lebensqualität in den Kommunen	Sicherung der Siedlungs- und Wirtschaftsentwicklung	Ortsdurchfahrten – Trennwirkung durchbrechen (HF 1)
		Bahntunnel Rüdesheim - Anbindung der Stadt an den Rhein (HF 1)
		Lebendige Dörfer und Städte – Ortskerne beleben (HF 2)
		Uferzonen - Erlebbarkeit Rhein verbessern (HF 3)
		Hochwasserschutz - Leben am Wasser (HF 3)
Attraktiver Standort für Unternehmen und Arbeitsplätze	Sicherung der Siedlungs- und Wirtschaftsentwicklung	
Mehr Qualität im Tourismus und Angebote für alle Alters- und Einkommensgruppen und unabhängig vom Alter	Ausbau des touristischen Profils	Häfen und Schifffahrt - Rheindampfer, Containerschiffe, Sportbootnutzung (HF 1)
		Burgen, Schlösser, Denkmäler - Kulturelles Erbe als spannendes Erlebnis (HF 3)
		Wandern und Wanderinfrastruktur - die Wiederentdeckung des Wanderns (HF 5)
		Radwege - Lückenschluss forcieren (HF 5)
		Touristische Attraktionen - Magnete im Welterbetal (HF 5)

		Events, Veranstaltungen und Kunst - Konzertiertes Vorgehen (HF 5)
		Qualitätssteigerung und Modernisierung im Gastgewerbe – Touristische Leistungsträger und Akteure unterstützen (HF 6)
		Welterbe-Gastgeber - unver- wechselbar faszinierend (HF 6)
Einbeziehung der Bedürfnisse junger Menschen		
Stärkung der Identität mit dem Welterbe, selbst- bewusstes Handeln nach Innen und Außen	Imageverbesserung und Steigerung der regionalen Identität	Öffentlichkeitsarbeit und Marketing - Die Marke "Welterbe Oberes Mittel- rheintal" stärken (HF 6)
		Gemeinsame Identität, Vernetzung und Wir-Gefühl - Zusammen sind wir stark (HF 6)
Intensivere Zusammenarbeit und stärkere organisa- torische Vernetzung	Optimierung von Organisations- strukturen	
Einheitliche touristi- sche Vermarktung des Welterbes		Die Loreley als globale Marke (HF 4)
Welterbe-verträgliche Gestaltung der Energiewende		Erneuerbare Energien - Behutsamer Umgang mit der Kulturlandschaft (HF 7)

Im direkten Vergleich bietet der Masterplan einen umfassenderen konzeptionellen Ansatz als die beiden Vergleichsdokumente; mit dem Handlungsfeld „Einbeziehung junger Menschen“ eröffnet er ein bislang nicht im Fokus stehendes Thema. Im Vergleich zum vor mehr als einem Jahrzehnt erstellten UNESCO-Managementplan entwickelt er das Thema Kulturlandschaft und Baukultur breiter und führt mit der einheitlichen touristischen Vermarktung und dem aktiven Umgang mit der Energiewende neue Themen ein. Das sehr aktuelle Handlungsprogramm des Zweckverbands führt die meisten im Rahmen des Masterplanprozesses identifizierten Themen bereits auf strategischer Ebene detailliert aus. Eine eigene inhaltliche Fokussierung auf die Themen Unternehmens- und Arbeitsplatzstandort sowie organisatorische Vernetzung wird zwar nicht vollzogen, die Themen finden sich aber in den Konkretisierungen der meisten Handlungsfelder wieder.

#### 4.13 Zusammenfassende Handlungsempfehlungen

Nach der Vielzahl der im Rahmen der Workshops durch die engagierten Bürger des Oberen Mittelrheintals diskutierten Themen konnte im Rahmen der Zukunftskonferenz verdeutlicht werden, welches die zentralen Herausforderungen der zukünftigen Entwicklung der Region sind und welche Anliegen der Bevölkerung besonders am Herzen liegen.

Zum Thema Bahnlärm gibt es in der Region nur eine Position: Der Güterverkehr im Oberen Mittelrheintal muss deutlich reduziert und langfristig verlagert werden. Da die entscheidenden Weichen dafür nicht in der Region gestellt werden, arbeiten parteiübergreifend alle politischen Spitzen gemeinsam mit den sehr aktiven Bürgerinitiativen daran, das gemeinsame Ziel zu erreichen. Je besser eine Abstimmung untereinander erfolgt, so dass alle Akteure am selben Strang ziehen, umso größer sind die Erfolgschancen.

Insgesamt gesehen wurde dem Thema „Vernetzung“ in zahlreichen Handlungsfeldern eine besondere Rolle bei der zukünftigen

Entwicklung zugewiesen. In vielen Bereichen engagieren sich die Bürger der Region sehr stark und erfahren auch punktuelle Unterstützung. Sie sehen aber dennoch Potenzial in einem engeren Austausch untereinander (v.a. hinsichtlich effizienterem Ressourceneinsatz und Synergieeffekten). Diesem Wunsch nach stärkerer Vernetzung ist daher, in bestmöglicher Weise, nachzukommen. An vielen Stellen ist ein zentraler Kümmerer erwünscht, der die Kommunikation untereinander unterstützt und vorantreibt sowie erster Ansprechpartner für Informationssuchende ist.

Neben der kommunikativen ist auch die infrastrukturelle Vernetzung, insbesondere der beiden Rheinseiten, ein zentrales Thema in nahezu allen Handlungsfeldern. Dem deutlich geäußerten Wunsch nach einer Verbesserung der Rheinquerung (aufgewertetes Fährangebot, abgestimmtes Angebot der Verkehrsverbände) mit dem langfristigen Ziel einer Rheinbrücke im Welterbegebiet sollte daher in Zukunft besonders Rechnung getragen werden. Darüber hinaus ist die flächendeckende Versorgung der Region mit schnellem Breitband-Internet eine wichtige Voraussetzung für deren Zukunftsfähigkeit.

Dem Zweckverband kommt nach den Ergebnissen des Beteiligungsprozesses die wichtigste Rolle in der zukünftigen Entwicklung zu. Durch seinen bisherigen Einsatz für eine gesamtregionale Entwicklung in Abstimmung mit den vielen einzubeziehenden politischen Entscheidungsgremien hat er in der Vergangenheit stark an Ansehen gewonnen. Dem Zweckverband wird von den Bürgern und den politischen Entscheidungsträgern gleichermaßen zugetraut, deutlich mehr Aufgaben und Entscheidungskompetenzen in der Region zu übernehmen. Um dieses Ziel erreichen zu können, bedarf es neben einer deutlichen Aufstockung von Budget und Personal sowie der Übertragung entsprechender Verwaltungsfunktionen durch die Kommunen vor allem der Entwicklung einer dazu passenden Organisationsstruktur. Es muss Schritt für Schritt geklärt werden, wie der Zweckverband welche Aufgaben übernehmen kann und welche Abstimmungen und Prozesse dazu nötig sind.

Diese Entwicklung sollte möglichst zügig angestoßen werden, ohne dabei jedoch die nötige Gewissenhaftigkeit in der Entscheidungsfindung zu verlieren. Auch eine Ebene darunter, bei der interregionalen Zusammenarbeit in einzelnen Themen, muss mit der gewünschten verstärkten Vernetzung auch eine Anpassung der jeweiligen Strukturen einhergehen, um somit die angestoßenen Veränderungen nachhaltig zu verankern. Im Rahmen der Workshops wurde dieses Vorgehen am Beispiel des Tourismus im Welterbe Oberes Mittelrheintal am weitesten entwickelt und am detailliertesten illustriert. Daneben können insbesondere eine stärker vernetzte und mehr auf die gesamte Region ausgerichtete Öffentlichkeitsarbeit dazu beitragen, das Bewusstsein der Bürger für das Welterbe zu verstärken und so deren Engagement für die Region zu

vergrößern. Zusammenfassend lässt sich mit Blick auf den gesamten Prozess mit seinen facettenreichen Teilhandlungsfeldern feststellen, dass das Welterbe Oberes Mittelrheintal zwar über bestehende Strukturen verfügt, diese aber mit Blick auf die sich abzeichnenden Problemstellungen der Zukunft entsprechend ausgerichtet und gestärkt werden müssen. In allen Bereichen basieren die entwickelten Lösungsansätze auf guten Fundamenten, sodass nichts komplett Neues in der Region etabliert und zunächst um dessen Akzeptanz geworben werden muss. Im Rahmen des breit angelegten Beteiligungsprozesses konnten innerhalb kurzer Zeit zahlreiche gute Ideen gesammelt und viel bürgerliches Engagement erzeugt werden. Daran gilt es anzuknüpfen und einen entsprechenden Rahmen für die Umsetzung der Visionen zu schaffen.

