



Regio**branding**

BAND 3 | LÜBECK – NORDWESTMECKLENBURG

Branding von Stadt-Land-Regionen durch Kulturlandschaftscharakteristika



GEFÖRDEBT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Hansestadt LÜBECK



INNOVATIONS KONZEPT



BAND 1 | REGIOBRANDING IM ÜBERBLICK

BAND 2 | GRIESE GEGEND – ELBE – WENDLAND

BAND 3 | LÜBECK – NORDWESTMECKLENBURG

BAND 4 | STEINBURGER ELBMARSCHEN

1. REGIOBRANDING – DAS KONZEPT

Regionen werden von Menschen gemacht, sie sind Ausdruck unserer Lebens- und Wirtschaftsweisen. Sie bilden die Grundlage für die Möglichkeiten unser Leben zu gestalten und sie verkörpern das, was wir Heimat nennen. Doch was macht unsere Region und die Landschaft, in der wir leben, eigentlich aus? Diese Frage stellt sich das Projekt Regiobranding, ein Projekt über Regionen und innovative Entwicklung zwischen gestern und morgen.



Gefragt sind innovative und nachhaltige Konzepte, die aufzeigen, wie Landschaftsqualitäten systematisch und glaubwürdig Teil des Images einer Region sein können.

Regiobranding bezeichnet einen nachhaltigen regionalen Entwicklungsprozess der Kulturlandschaft. Dieser hat zum Ziel, ansprechende Bilder und Perspektiven herauszustellen, mit denen sich regionale Alleinstellungsmerkmale kommunizieren lassen. Das Besondere ist, dass dabei Perspektiven von innen nach außen entwickelt werden. Von innen heißt: Gemeinsam mit den Menschen vor Ort werden regionale Werte herausgearbeitet und als Bilder, Geschichten, Projekte mit Leben gefüllt. Nach außen heißt: Die so gestalteten, glaubhaften Bilder werden auch über die Regionsgrenzen hinaus kommuniziert und für die regionale Wertschöpfung genutzt. Positive Nebeneffekte eines Regiobrandings sind ein geschärftes Bewusstsein der Einwohnerinnen und Einwohner für regionale Besonderheiten sowie eine gestärkte Identifikation mit ihrer Region. Beides begünstigt einen bewussteren Umgang mit regionalen Ressourcen und motiviert dazu, sich für deren nachhaltige Entwicklung einzusetzen.

Am Beispiel von drei Regionen in der Metropolregion Hamburg wird deutlich, wie die jeweiligen Charakteristika der Kulturlandschaften innovativ im Sinne eines Regiobrandings in Wert gesetzt werden können.

Die vorliegende Broschüre stellt das Branding in der Region **Lübeck – Nordwestmecklenburg** vor, und reiht sich als **Band 3** in die Vorstellung aller Fokusregionen und deren innovativen Umgang mit ihren Kulturlandschaftscharakteristika ein. Band 1 stellt den gesamten Innovationsprozess vor, ausgehend von einem nicht alltäglichen Blick auf die Entwicklung von Regionen und deren Kulturlandschaften.

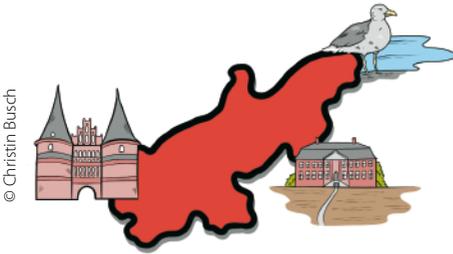
Viel Vergnügen beim Entdecken der Region Lübeck – Nordwestmecklenburg!

2. DIE FOKUSREGION LÜBECK – NORDWESTMECKLENBURG

In-Wert setzen. Qualitäten erkennen und stärken. Landschaften zukunftsfähig gestalten. Doch wie entscheidet man, auf welche Qualitäten zu setzen ist? Was ist denn von Wert für die zukünftige Entwicklung einer Region und was nicht?

„Region Lübeck grenzenlos erleben – zwischen Dorf, Stadt und Küste“

Fokusregion
Lübeck - Nordwestmecklenburg



Die Kulturlandschaft Lübeck – Nordwestmecklenburg hat eine Menge zu bieten. Doch vieles wissen selbst Einheimische über ihre Region nicht. Gelegen an der Trave, direkt an der Lübecker Bucht, ist diese Landschaft stark durch das Element Wasser charakterisiert: salzbeeinflusste Feuchtgebiete, Moore und Heiden sowie Trockenlebensräume und die Steilküste mit Steinriffen. Diese landschaftliche Vielfalt macht die Region zu einem unverzichtbaren Gebiet des internationalen Vogelzugs, jedes Jahr brüten, rasten und mausern hunderttausende Zugvögel in der Region.

Während die Mecklenburgische Landschaft an der Trave recht dünn besiedelt ist, wohnen und arbeiten viele Menschen in der alten Hansestadt Lübeck, die im Mittelalter als „Königin der Hanse“ zeitweise wichtigstes Handelszentrum an der Ostsee war und heute UNESCO-Weltkulturerbe ist. Die Nähe von Stadt und Land in der Region erlaubt die direkte Vermarktung lokaler handwerklicher wie landwirtschaftlicher Erzeugnisse: (biologisch erzeugtes) Obst und Gemüse oder Produkte von Schafen und Galloway-Rindern – ein starker Bezug der Menschen zur heimischen Kulturlandschaft.

Die Ostseeküstenlandschaft zwischen Travemünde und Boltenhagen sowie teilweise das Küstenhinterland stellen wichtige Destinationen für Tourismus und Naherholung dar.

Lübeck und Nordwestmecklenburg haben völlig unterschiedliche Historien. Doch ihre Kulturlandschaft verbindet sie und dort initiierte Projekte sollen das Zusammenwachsen weiter fördern. Regiobranding hat dazu beigetragen, die Stadt und die umliegenden Dörfer besser miteinander zu vernetzen und sorgt dafür, dass Einheimische und Gäste der Region die zahlreichen Angebote wahrnehmen. So verbinden offene Gärten und Treffs Jung und Alt sowie Menschen unterschiedlicher Kulturen. Alte Kulturtechniken und regionales Essen werden gemeinsam wiederentdeckt.



Regiobranding hat wichtige kulturelle Eigenarten der Region ermittelt, mit deren Hilfe ein positives Landschaftsimage weiter aufgebaut werden kann. Dazu gehören folgende Besonderheiten:

Typische Lebensmittel und Gerichte

Birnen Bohnen und Speck, 7-Türme-Gericht, Lübecker Marzipan, Fischgerichte

Brauchtum, Typisches, Regionsspezifisches, Sprache, Literatur

Backsteingotik, Der Lübecker Martensmann, Lübsches Niederdeutsch als Sprache der Hanse, Die Buddenbrooks und Thomas Mann, Mecklenburger Platt

Typische Veranstaltungen und Kunst

Hansetage, Nordische Filmtage, Volks- und Erinnerungsfest, Weihnachtsmärkte und mittelalterliche Märkte, Kulturgut Dönkendorf

Historische Stätten und Geschichte

Alt Lübeck an der Schwartau, 7 Türme der Altstadt, Historischer Fischereihafen, Innerdeutsche Grenze, Grenzübergänge, Grenzöffnung, Königin der Hanse, Hanse-Gilde, Das Grüne Band, Grenzöffnung Schlutup und Grenzmuseum

Charakteristische Landschaften und Landschaftsbestandteile, Tiere und Pflanzen

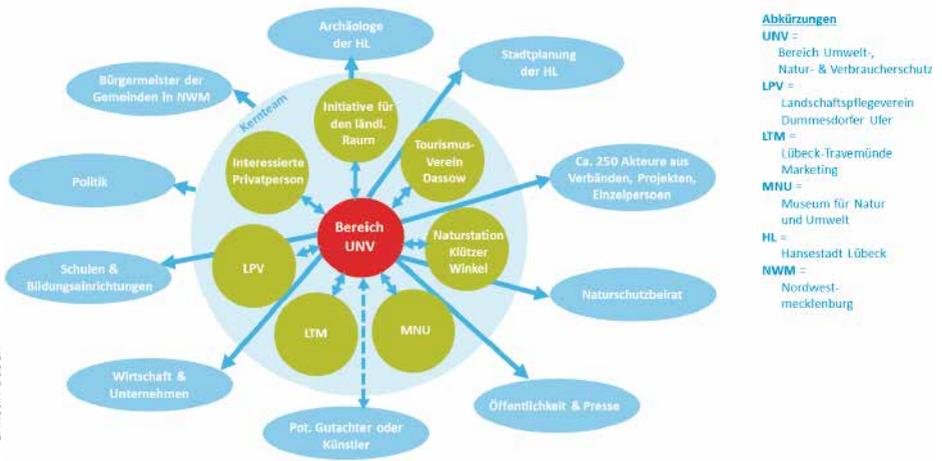
Brodterer Ufer, Grönauer Heide, Dummersdorfer Ufer, Lauerholz, Drei Flüsse Region: Trave, Wakenitz (Amazonas des Nordens) und Kanal, Sanddorn, naturnaher Ostseestrand, Alleen

Landschaftsbezogene Bildung

Landschaftspflegeverein, Naturschutzstation Dummersdorfer Ufer, Jugendnaturschutzhof Ringstedtenhof, Museum für Natur und Umwelt, Interkulturelle Bielefeldtgärten, Essbare Stadt Lübeck, Ostseestation Priwall, Schulgarten, ökologische Waldnutzung, Steinzeitdorf Kussow, Landschaftspflegeverein Dummersdorfer Ufer, Naturwerkstatt Priwall

3. DER PROZESS UND DIE INNOVATIONEN

In der Region Lübeck – Nordwestmecklenburg ist eine große Anzahl von Menschen in das Projekt Regiobranding eingebunden. Im Zentrum steht das Kernteam, welches die Region bestens kennt, Projekte maßgeblich trägt und in Verbindung zu vielen weiteren Menschen nicht nur in der Region steht. So hat das Kernteam im Laufe der Projektzeit etwa 300 Menschen in einem Netzwerk verbunden und laufend über den Projektfortschritt informiert. Zwischen Politik, Bürgerinnen und Bürgern und Wissenschaft entstanden so im Projektverlauf eine vertrauensvolle Basis und ein Anker in der Region.



Und wie sieht diese Zusammenarbeit im Einzelnen aus? Den Kern der lokalen Arbeitsgruppe bilden Mitarbeiterinnen der Hansestadt Lübeck, Bereich Umwelt-, Natur- und Verbraucherschutz. Diese arbeiten eng mit unterschiedlichen örtlichen Akteuren zusammen. Zentral ist dabei das Museum für Natur und Umwelt in Lübeck. Weitere Partner wie der Landschaftspflegeverein Dummerdorfer Ufer, die Lübeck-Travemünde Marketing GmbH und der Tourismusverein Dassow in Nordwestmecklenburg oder die Initiative für den ländlichen Raum Lübeck sind in die Steuerungsgruppe vor Ort eingebunden. Das weitere Netzwerk mit über 300 Personen umfasst private Akteure, aber auch Personen aus Öffentlichkeit und Presse, Naturschutzverwaltung und Stadtplanung sowie Gemeindeverwaltungen.

Zahlreiche unterschiedliche Veranstaltungen, Meetings, Workshops, aber auch Befragungen und Informationsveranstaltungen fanden in der Region Lübeck – Nordwestmecklenburg statt.



Werkstattgespräche

Umfangreiches Wissen der Menschen vor Ort, emotionale Erlebnisse und langjährige Erfahrungen auf der einen Seite, auf der anderen Seite wissenschaftliche Analysen, historische Auswertungen und die Einbettung in aktuelle Trends – und wie soll man diese Wissensarten miteinander verbinden? Werkstattgespräche mit unterschiedlichen Themeninseln luden alle Beteiligten ein, sich interaktiv und konkret auszutauschen und gemeinsam zu lernen. Die Themen reichten von der individuellen Bedeutung der Kulturlandschaft bis hin zur Frage, inwiefern die nachhaltige Entwicklung durch ein regionales Branding gefördert werden kann.



Werkstattgespräch mit unterschiedlichen Akteuren

© HL



Glückspunktekarte

Wo fühle ich mich wohl in meiner Region, wo bin ich glücklich, welche Orte suche ich gerne auf oder zeige sie meinen Gästen? Kulturlandschaften werden in den Köpfen der Menschen gemacht, lassen sich individuell verorten und empfinden. Eine Glückspunktekarte veranschaulicht die von über 1.000 Menschen abgegebenen Orte und Lieblingsplätze in der Region, damit verknüpft die Orte der kulturellen Identität und die darin liegenden Chancen, die für einen guten Weg in die Zukunft so wichtig sind. Schwerpunkte für Glücksorte liegen in der Fokusregion klar bei wasserbezogenen Landschaften.





Storytelling – Das moderne Märchen „Eine teuflisch gute Reise“

In Teams und Workshops wurden Strategien und Projekte erarbeitet, der Start zu ganz neuen Erlebnissen in der Region. Heraus kam die Imagestory „Eine teuflisch gute Reise“. Mit diesem modernen Märchen laden wir die Region emotional auf, ganz im Sinne von Regio-branding um regionale Kulturlandschaften als Marke zu entwickeln. Schwerpunkte der Story bilden die Glückssuche und das vertrauensvolle menschliche Miteinander im gemeinsamen Arbeiten und Erleben.

Die gesamte Story finden Sie unter unv.luebeck.de/naturschutz/erholung_naturerleben/regio-branding



Eine teuflisch gute Reise

Ein modernes Märchen über die Region Lübeck
von
Ursula Kühn, Jörg Ehrnsberger und Thorsten Stegemann



Regiobranding

Regionale Kulturlandschaften als Marke entwickeln



© HL

4. AKTIONSPLAN UND MASSNAHMEN

Von der Region zur Marke – und wie kann man dies umsetzen? Diese Frage stellten sich auch die Menschen in Lübeck-Nordwestmecklenburg und entwickelten die Kulturlandschaftsstrategie 2030.

Gegensätze ziehen sich an! Einfach mal was wagen, ausformulieren, wie die Menschen in der Region in Zukunft leben wollen, und sich dem Fremden, dem Anderen öffnen, so könnte man die Strategie beschreiben. Der Zukunftsblick formuliert es:

So wollen die Menschen in unserer Fokusregion künftig leben

- Offen für Vielfalt, Dynamik und Glück
- Bewahren und Erneuern
- Gesund und lustvoll Genießen
- Erleben und spielerisch Lernen
- In aktiven Gemeinschaften leben in Stadt und Dörfern
- Grenzen überwinden – physisch und im Kopf

DIE KULTURLANDSCHAFTSSTRATEGIE

Im Jahr 2030 ...

1. ... ist die dynamische Vielfalt zwischen Küste und Stadt erhalten und wird dauerhaft gefördert.
2. ... steht die Hanse in Lübeck für innovatives und nachhaltiges Wirtschaften in der Stadt und der ländlichen regionalen Kulturlandschaft.
3. ... sind Lübeck und Umgebung als „großes“ und „kleines“ Dorf weiterentwickelt.
4. ... sind Glücksorte von Boltenhagen bis Krummesse für die Naherholung und den nachhaltigen Tourismus bekannt gemacht, soweit möglich vermarktet und aufgewertet.
5. ... ist die große Freiheit der weiten Blicke – von den 7 Türmen mit Blick in alle Richtungen – bekannt gemacht und erhalten.
6. ... ist die Lübecker Hafenlandschaft – zwischen Alt und Neu – für die Naherholung und den nachhaltigen Tourismus bekannt gemacht und – soweit möglich – vermarktet.
7. ... ist bzw. sind Geschichte(n) am grünen Band zwischen Lübeck und Klützer Winkel erlebbar.
8. ... ist die Landschaft unter den Stichworten „Gesund und Genussvoll“ als Handlungsraum und Treffpunkt für die Menschen vor Ort entwickelt.
9. ... ist die Landschaft mit erlebnisreicher Bildung erfolgreich verknüpft.

(www.unv.luebeck.de/files/unv_naturschutz/Regiobranding/Kulturlandschaftsstrategie_Luebeck-NWM.pdf)

MODELLPROJEKTE

Aus einer Stärken-Schwächen-Analyse, der Kulturlandschaftsstrategie und dem intensiven Beteiligungsprozess entstand in der Region Lübeck-Nordwestmecklenburg gleich ein ganzer Strauß an Modellprojekten, der das breite Spektrum der Kulturlandschaftsthemen in der Region aufgreift. In vier Bereichen starten Projekte, die der Fokusregion weiterhelfen.

Digitale Kulturlandschaftstouren

Erholungsführer interaktiv und digital mit einer App

Ein neu erarbeiteter Erholungsführer mit herausnehmbarer Faltkarte sowie Best-Practice Beispielen von (Umwelt-)Projekten und Initiativen wird digital erweitert und mit unterschiedlichen Webseiten verknüpft. Die Entwicklung einer passenden App ist geplant. So wird die Verknüpfung digitaler und analoger Informationen fortgesetzt, um einen breiten Kreis von Interessierten anzusprechen.



Bildungsprojekte

Bildungsprojekte zur Regionalen Ernährung und Gesundheit im Grenzland Lübeck und Umgebung

Die Landschaft als Faktor für regionale und gesunde Ernährung wird Erwachsenen in einer Bildungsreise und Schülerinnen und Schülern in schulischen Projekttagen (6.-8. Klasse) vermittelt. Die Konzepte werden ab 2019 umgesetzt.

Bildungsportal Kulturlandschaft

Das Bildungsportal ist zentral im Museum für Natur und Umwelt in Lübeck installiert und ist ein dauerhafter Türöffner und Schlüssel für die Region Lübeck und Nordwestmecklenburg. Das Portal besteht aus einem physischen und einem digitalen Baustein und bietet Informationen zur regionalen Kulturlandschaft und zu regionalen landschaftsbezogenen Bildungsangeboten. Start ist 2019.

Küste grenzenlos erleben

Ziel dieses Modellprojektes ist es, die Region als Ganzes wahrzunehmen und insbesondere im nördlichen, wassergeprägten Küstenteil an verschiedenen Standorten stärker sichtbar und beispielsweise über eine Webcam auf einer Vogelbrutinsel grenzenlos erlebbar zu machen. Eine Wanderroute, die typische Landschaften der Region streift, vernetzt Ausstellungs- und Bildungsorte in Ost und West mit den naturräumlichen Gegebenheiten und der trennenden und verbindenden Geschichte. Vogelzugrouten etwa sind seit jeher grenzenlos.





© U. Kühn

Landmarke „Gegen das Vergessen der Stecknitz“

Kulturelle Landmarken

„Gegen das Vergessen der Stecknitz“
im Lübecker Süden

Mithilfe kultureller Landmarken sind wichtige Elemente in der Landschaft neu in Szene gesetzt worden. Es wird an historische Nutzungen und Veränderungen der Landschaft erinnert und durch die Vermittlung dieses spezifischen Wissens werden neue Identifikationsmöglichkeiten mit der Region geschaffen. Eine Skulptur ist bereits am Elbe-Lübeck-Kanal aufgestellt, weitere werden folgen. Außerdem wird das entstandene Akteursnetzwerk durch das Projekt „Starke Bäume für die Region“ visualisiert.

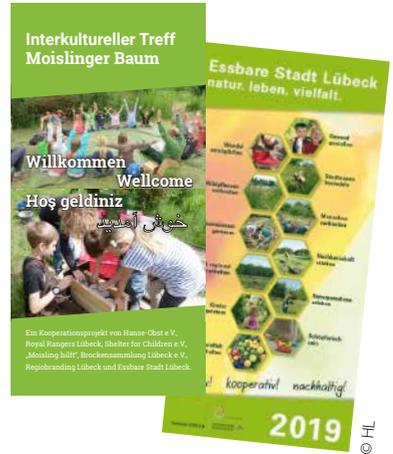
Essbare Stadt Lübeck

Ausstattung eines interkulturellen Treffs
am Moislinger Baum

Das Modellprojekt Essbare Stadt Lübeck richtet sich an das Miteinander und die Gemeinschaft in der Region. Menschen vor Ort, egal welchen Hintergrunds, einheimisch oder zugezogen, arm oder reich, alt oder jung, konservativ oder liberal kommen zusammen, säen, ernten, harken, pflügen oder beraten darüber, was wie am besten angebaut werden kann. Durch Regiobranding wird das Projekt verstetigt und erweitert.

Kalender Regionale Initiativen
als Anpassungsstrategie an den Klimawandel

In diesem Teilprojekt ist ein Kalender für 2019 entstanden, der regionale Initiativen und Projekte zur Essbaren Stadt beschreibt und mit digitalen Infos verknüpft. Dabei steht die Anpassung an den Klimawandel im Mittelpunkt.



© HL

5. BLICK IN DIE ZUKUNFT



© U. Kühn

Und wie geht es weiter? Das Projekt Regiobranding hat den Anfang gemacht, nun gilt es für die Regionen, selbstständig weiterzumachen und auf den erarbeiteten Grundlagen und Netzwerken aufzubauen. Die Verstetigung der Ergebnisse von Regiobranding ist dabei der wichtigste Schritt und die Kulturlandschaftsstrategie 2030 mit den unterschiedlichen Modellprojekten hilft dabei.

Einige Modellprojekte sind bereits in der Umsetzung. Es ist klar, dass diese auch in Zukunft durch Menschen und Institutionen vor Ort weitergeführt werden. Dazu gehören Projekte wie die kulturellen Landmarken am Elbe-Lübeck-Kanal und digitale Erholungsangebote sowie die Umsetzung einer Gesundheitsmarke „Lübeck ländlich“ und die Einsetzung eines dauerhaften Regionalmanagements.

Die Partnerinnen und Partner für eine zukünftige Verstetigung der Regiobranding-Themen sind z. B. die Stadtverwaltung (Natur- und Umweltschutz), die städtische Bürgerakademie, das Museum für Natur und Umwelt als Umweltbildungszentrum, die Lübeck-Travemünde-Tourismus GmbH, die IHK sowie zahlreiche ehrenamtlich arbeitende Vereine und Verbände, wie z. B. Hanse-Obst-e. V., der Landschaftspflegeverein Dummersdorfer Ufer, die Initiative für den ländlichen Raum Lübecks, Landwege e. V. und der Heimat- und Tourismusverein Dassow. Projekte, die sich besonders gut für eine Verstetigung der Ergebnisse eignen, sind Bildungsangebote für Schülerinnen und Schüler sowie Erwachsene (lebenslanges Lernen), Angebote für Tourismus und Naherholung sowie interkulturelle Treffs im Rahmen der „Essbaren Stadt Lübeck“. Neben den vielen, im Regiobranding-Prozess entwickelten Ideen sind weitere Projekte zu nennen, die als besonders innovativ und zukunftsweisend gesehen werden, wie z. B. die Anlage von Trüffelplantagen oder die Entwicklung eines völlig neuen Dorflebens (Arbeiten und Leben im Dorf), für die erste Schritte unternommen wurden.

Einige Projekte eignen sich besonders gut, um auch auf andere Regionen übertragen zu werden. Dazu gehören: Erholungsführer analog und digital, Bildungsurlaub zu Kulturlandschaften und Mitmachprojekte zum Thema „Essbare Stadt“.

6. STIMMEN AUS DEM PROJEKT

„Und was mich persönlich noch sehr interessiert, sind so Bürgerprojekte, wo Bürger selber was in die Hand nehmen, selber was gestalten, zum Beispiel diese Community Gartenbewegung, wo ich auch ehrenamtlich mitmache bei einigen Sachen, wie beim interkulturellen Garten ...“

„Im Stadtgebiet ist Wald, ist Meer, sind Seen, ist agrarisch-geformter Raum, ist eine attraktive Altstadt. Ich finde das ist eine enorme Vielfalt.“

„Oh, Wakenitz, das ist so ein kleiner verspielter Fluss, der so Ecken hat, wo man spazieren gehen kann. Man kommt auch nicht überall durch, da sind auch Privatgrundstücke. Und ich weiß nicht, aber ich habe das Gefühl, da sind mehr Tiere, mehr Vögel an der Wakenitz.“

„Die Glückspunktekarte ist der Versuch, etwas so Emotionales wie Glück mit etwas so Un-Emotionalem wie einer Karte zu verbinden. Ein geglückter Versuch: In Veranstaltungen, in Workshops, an verschiedenen Orten haben über 1000 Bürgerinnen und Bürger schnell und unkompliziert auf der Karte Punkte markiert, an denen sie glücklich sind.“

Regiobranding ist ein vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördertes Projekt im Themenbereich „Ressource Land“ der Fördermaßnahme „Innovationsgruppen für ein nachhaltiges Landmanagement“ (Verbund-Förderkennzeichen FKZ 033L121).

Regiobranding besteht aus acht Verbundpartnern: der Leibniz Universität Hannover (Institut für Umweltplanung, Institut für Entwerfen und Städtebau, Geodätisches Institut), der Universität Hamburg (Archäologisches Institut), der Universität Greifswald (Institut für Geografie und Geologie), dem Büro mensch und region, Birgit Böhm, Wolfgang Kleine-Limberg GbR Hannover, dem Archäologischen Landesamt Schleswig-Holstein (ALSH), dem Landkreis Ludwigslust-Parchim (Fachdienst Regionalmanagement und Europa), der Stadt Lübeck (Bereich Umwelt-, Natur- und Verbraucherschutz) und dem Landschaftspflegeverein Dummersdorfer Ufer e. V. Die Geschäftsstelle der Metropolregion Hamburg, der Kreis Steinburg und der Landkreis Lüchow-Dannenberg unterstützen das Projekt als assoziierte Partner.

Ausführliche Informationen zum Innovationsprojekt Regiobranding finden sich in Band 1 der vorliegenden Serie, Informationen zu den weiteren Fokusregionen in Band 2 und 4 und auf der Webseite des Projektes www.regiobranding.de.

Die Autorinnen und Autoren bedanken sich bei den vielen Personen aus Wirtschaft, Verwaltung, Wissenschaft und Zivilgesellschaft, die an dem Projekt Regiobranding beteiligt waren. Ohne die fruchtbare und angenehme Zusammenarbeit und die vielen Informationen und Hinweise aus der Praxis hätte dieses Projekt nicht erarbeitet werden können.

Herausgeberin ist die Leibniz Universität Hannover, Institut für Umweltplanung

Koordination des Projektes Regiobranding:

Dr. Daniela Kempa, LUH

PD Dr. Sylvia Herrmann, LUH

Birgit Böhm, mensch und region

Textzusammenstellung:

Dr. Meike Levin-Keitel

Inhalte:

Dr. Ursula Kühn (HL)

Layout und Design:

CLGD – Corinna Lorenz, Dipl. Grafik-Designerin (FH)

Hannover, im November 2018

Regionen werden von Menschen gemacht, sie sind Ausdruck unserer Lebens- und Wirtschaftsweisen, sie bilden die Grundlage der Art und Weise, wie wir leben und sie verkörpern das, was wir Heimat nennen. Doch was macht unsere Region und die Landschaft, in der wir leben, eigentlich aus? Und wie kann man das nutzen, um auch zukünftig Regionen erfolgreich zu entwickeln? Hier setzt Regiobranding an, ein Projekt über Regionen und innovatives Branding zwischen gestern und morgen.

BAND 1 | REGIOBRANDING IM ÜBERBLICK

BAND 2 | GRIESE GEGEND – ELBE – WENDLAND

BAND 3 | LÜBECK – NORDWESTMECKLENBURG

BAND 4 | STEINBURGER ELBMARSCHEN



Regiobranding