

# „Der Nationalpark ist die große Klammer“

Kulani erarbeitet Konzept, um Fördergelder in die Region zu holen

**Es geht um zwei Millionen Euro. Geld, das in die Entwicklung des ländlichen Raumes fließen könnte. Wenn die Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land eine überzeugende Entwicklungsstrategie mit Blick auf den Nationalpark präsentieren kann. Daran arbeiten die Verantwortlichen.**

Von SZ-Redakteur  
Volker Fuchs

**St. Wendel.** Schon zwei Mal konnte die Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land (Kulani) die Verantwortlichen im Land mit ihren Ideen zur Weiterentwicklung des ländlichen Raumes überzeugen. Seit 2003 fördern Europäische Union und das Land aus so genannten Leader-Mitteln Projekte der Kulani, bekannt unter dem Stichwort Lokalwarenmärkte St. Wendeler Land.

Im Kern geht es darum, dass Produkte und Ressourcen des St. Wendeler Landes in der Region und für die Region besser vermarktet werden, die Wertschöpfung also erhöht wird. Und zugleich das Bewusstsein der Einheimischen und der Gäste für die Besonderheiten der Region und die Geschichte des St. Wendeler Landes gestärkt wird. Das geht weit über den Verkauf von Lebensmitteln aus der Region hinaus.

Standen in der ersten Förderperiode der Aufbau des Lokalwarenmärktes mit zahlreichen Partnerbetrieben und Kulturprojekten unter dem Motto „St. Wendeler Land steinreich“ im Mittelpunkt, so weitete sich die Arbeit in der zweiten Förderperiode von 2007 bis jetzt auf vier Felder aus: Vermarktungs-, Energie-, Kultur- und Bildungsprogramm (siehe Infokasten). 4,4 Millionen Euro sind in den beiden Förderperioden in die Region geflossen.

Geht es nach dem Willen der Kulani sollen weitere zwei Millionen Euro hinzukommen. In der neuen Leader-Periode bis 2020. Dafür bewirbt sich die Kulani neben drei weiteren Aktionsgruppen im Saarland. Insgesamt stehen acht Millionen Euro zur Verfügung. Bis zum 15. Januar muss die lokale Entwicklungsstrategie beim Umweltministerium vorliegen. Den entsprechenden Antrag arbeitet das Planungsbüro Kernplan aus.

Im SZ-Gespräch beschreibt Hugo Kern die Aufgabe: „Wir erstellen ein Konzept, das auf den vergangenen zehn Jahren

aufbaut, die Ideen weiter entwickelt und den Nationalpark Hunsrück-Hochwald einbindet.“ Kern weiter: „Und dies mit Beteiligung der Bürger.“ Der Experte: „Wir entwickeln Produkte für den Nationalpark in den vier Programmen, die wir schon jetzt haben. Der Nationalpark ist die große Klammer.“ Thomas Gebel, stellvertretender Vorsitzender der Kulani, nennt ein Beispiel: Beim Lokalwarenmärkte gehe es um die Herstellung und den



Hugo Kern

Verkauf regionaler Produkte. Jetzt müsse man die verschiedenen Vermarktungsinitiativen im Nationalpark-Raum miteinander vernetzen und verknüpfen. „Die Frage ist grundsätzlich, wie können Kulani und Nationalpark voneinander profitieren“, betont Werner Feldkamp, Vorsitzender der Kulturlandschaftsinitiative: „Wir nutzen den Nationalpark als Impuls.“

Die Kulani setze dabei auch auf die Ideen und Vorschläge der Menschen aus der Region. So gibt es im Oktober im Kapellenbau des Wendelinushofes vier Themenworkshops: Beim ersten am Dienstag, 7. Oktober, 19 Uhr, geht es um die Zukunft des Lokalwarenmärktes St. Wendeler Land. Der zweite am Montag, 13. Oktober, 18 Uhr, widmet sich dem ländlichen Energiemix, der dritte am Dienstag, 14. Oktober, 18 Uhr, der Kulturschicht „Steinreich“ und der letzte am Donnerstag, 16. Oktober, 18 Uhr, dem Bildungsnetzwerk St. Wendeler Land. „Wir laden alle Bürger und Experten aus dem St. Wendeler Land ein, an diesen Workshops teilzunehmen, Ideen einzubringen und so aktiv an der Zukunftsgestaltung unserer Heimat mitzuwirken“, schreibt Feldkamp in der Einladung. Regionalentwicklung funktioniert nur, wenn die Menschen vor Ort mitmachen. Anmeldung bis 6. Oktober wird erbeten, Tel. (0 68 51) 93 74 34, Mail: gs.kulani@t-online.de.

• *Bürger können auch über eine Online-Ideenbörse ihre Vorschläge einbringen (www.kulani.de) oder diese schicken an: Kulturlandschaftsinitiative St. Wendeler Land, Geschäftsstelle, Wendelinushof, 66606 St. Wendel.*

## HINTERGRUND

**Die vier verschiedenen Handlungsfelder** des Entwicklungskonzeptes der Kulturlandschaftsinitiative:

**Vermarktungsprogramm:** Mehr als 40 Partnerbetriebe verkaufen mittlerweile regionale Produkte. Am bekanntesten dabei ist der Hofladen auf dem Wendelinushof. Aber auch in verschiedenen anderen Geschäften gibt es regionale Verkaufsecken. Eingeführt hat die Kulani das Qualitätssiegel „Bestes aus dem St. Wendeler Land“. Investitionen von Partnerbetrieben werden unterstützt.

**Energieprogramm:** Schwerpunkt hier war in der jüngsten Förderperiode die Öffentlichkeitsarbeit. Dieses Engagement ist eingebettet in die Klimaschutzinitiative des Landkreises.

**Kulturprogramm:** Zahlreiche Historiker und Heimatforscher haben bei der Entwicklung eines kulturellen Leitbildes mitgearbeitet. Die 2500-jährige Geschichte des St. Wendeler Landes wurde in Seminaren und Vorträgen dargestellt. Auch hier hat die Kulani Partnerprojekte gefördert, unter anderem die Inventur der Kleindenkmäler, die Orte gegen das Vergessen oder die Archäologietage in Otzenhausen.

**Bildungsprogramm:** In Kindergärten und Schulen der Region stehen dicke Ordner mit vielen Informationen über interessante Orte, die sich für einen Besuch anbieten. Vom Bauernhof über ein Museum bis zu einem Handwerksbetrieb. Diese außerschulischen Lernorte eignen sich bestens für die moderne Heimatkunde. Der Aufbau des so genannten Bildungsnetzwerkes St. Wendeler Land war hier ein Schwerpunkt. Größtes Partnerprojekt war die Förderung gesunder Ernährung mit regionalen Produkten in der Biberburg in Berschweiler. vf