

FACHTEAM KOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Ergebnisse und Empfehlungen

Reinhard GASSNER (Teamleitung)

Mechtild BAWART, Bgm. Gemeinde Weiler

Ralf HÄMMERLE, Öffentlichkeitsarbeit Stadt Dornbirn

Peter MARTE, Landespressestelle Vorarlberg

Mitarbeit:

Susanne HAFNER, Öffentlichkeitsarbeit Stadt Feldkirch

unter Beteiligung von Bürgermeister/innen, Öffentlichkeitsarbeiter/innen und Gemeindebediensteten bei 3 Think-Tank-Treffen zur Kommunikation von und mit vis|on rheintal in den Gemeinden und durch die Gemeinden

Juni 2006

Vorbemerkungen

Den Arbeiten des Fachteams „Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit“ basieren auf den Ergebnissen von drei Think-Tank-Treffen mit VertreterInnen der Gemeinden. Dabei wurden insbesondere folgende Fragen aufgeworfen und bearbeitet:

- _ die Wahrnehmung von vis!on rheintal bisher
- _ die Kommunikationsstrategie
- _ die Analyse der bestehenden Kommunikationslandschaft
- _ die Kommunikationsmöglichkeiten von vis!on rheintal für und durch die Gemeinden

Herzlichen Dank allen die ihre Ideen eingebracht und konkrete Kommunikationsmaßnahmen in ihren Gemeinden gesetzt haben. Die erschienenen Beiträge, beispielsweise in Gemeindeblättern, sind über die Projekthomepage www.vision-rheintal.at unter dem Menüpunkt Projekt, Unterpunkt Kommunikation abrufbar.

Think-Tank-Treffen: Kommunikation in den Gemeinden und durch die Gemeinden

1. Treffen 07. Juni 05, 14.30 – 18.00

wo: BREGENZ Rheintalbüro, Seminarraum

wer: Martin ASSMANN, Projektkoordinator vis!on rheintal Raumplanungsstelle; Jürgen BACHMANN, Gemeindesekretär Zwischenwasser, Thomas BAUMANN, Mechtild BAWART, Bgm. Weiler, Judith BÖSCH, Öffentlichkeitsarbeit Marktgemeinde Lustenau, Andrea FRITZ, Kultur- und Öffentlichkeitsarbeit Stadt Hohenems, Reinhard GASSNER, Berater Kommunikation, Susanne HAFNER, Öffentlichkeitsarbeit Stadt Feldkirch, Ralf HÄMMERLE, Öffentlichkeitsarbeit Stadt Dornbirn, Michael HOLLERSBACHER, Öffentlichkeitsarbeit Marktgemeinde Rankweil, Bernhard KATHREIN, Gemeindeplanung Marktgemeinde Hard, Nadine LÄNGLE, Marktgemeinde Götzis, Thomas MAIR, Landespressestelle, Peter MARTE, Landespressestelle, Joachim MATT, GR Lochau, Erwin MOHR, Bgm. Wolfurt, Elmar RHOMBERG, Bgm. Lauterach, Verena RIEDL Öffentlichkeitsarbeit Marktgemeinde Lustenau, Xaver SINZ, Bgm. Lochau, Reinhard TÖTSCHINGER, Organisationsentwicklung, Töttschinger und Partner, Sibylla ZECH, Projektleiterin vis!on rheintal

2. Treffen 26. September 05, 14.00 – 18.00

wo: Lustenau, Rathaussaal

wer: Mechtild BAWART, Bgm. Weiler, Judith BÖSCH, Öffentlichkeitsarbeit Marktgemeinde Lustenau, Andrea FRITZ, Kultur- und Öffentlichkeitsarbeit Stadt Hohenems, Reinhard GASSNER, Berater Kommunikation, Helmut GASSNER, Kulturabteilung Lustenau, Ralf HÄMMERLE, Öffentlichkeitsarbeit Stadt Dornbirn, Michael HOLLERSBACHER, Öffentlichkeitsarbeit Marktgemeinde Rankweil, Nadine LÄNGLE, Marktgemeinde Götzis, Sibylla ZECH, Projektleiterin vis!on rheintal, Klaus BRUNNER, Gemeinde Höchst, Externe ExpertInnen: Roland JÖRG, Heidi Kalb-Vogel

3. Treffen 25. November 2005, 15.00 – 18.00 Uhr

wo: Feldkirch, Sitzungszimmer

wer: Gastgeberin Susanne HAFNER – Feldkirch, Bgm. Mechtild BAWART – Weiler, Thomas BAUMANN – Bregenz, Vizebgm. Gertrud BLUM – Röthis, Reinhard GASSNER, Berater Kommunikation, Ralf HÄMMERLE – Dornbirn, Konrad HÖFLE – Bregenz, Bgm. Werner HUBER, Götzis/Region am Kumma, Bgm. Josef MATHIS – Zwischenwasser, Bernd OSWALD, Gemeindeblatt Rankweil/Vorderland, Bgm. Karl WUTSCHITZ – Sulz, Sibylla ZECH, Projektleiterin vis!on rheintal

Zusammenfassung der Arbeitsergebnisse des Fachteams

Was bedeutet *vis!on rheintal*? Ein Bekenntnis zur Provinz, ausgesetzt den Sogwirkungen urbaner Zentren ringsum? Oder, der Traum einer großen Stadt, eingebettet zwischen die quirlige Uferlandschaft des revitalisierten Rheins, den Naturpark am Bodensee und die lukrativen Hanglagen des Tales? *vis!on rheintal* war vorerst eine Auseinandersetzung, ein Vorgang der Navigation und Zielformulierung für eine bestimmte Region. Thema unserer Arbeit war die Kommunikation für und über *vis!on rheintal*. Die Rhetorik herkömmlicher Marketingmaßnahmen war dafür nicht geeignet, galt es doch, eine Idee, ein werdendes Bild und den Prozess an sich zu kommunizieren und nicht ein fertiges Produkt. Die Methode der Beteiligung vieler Institutionen, Fachgruppen und Menschen an der Entwicklung des Leitbildes machte den Prozess selbst zum wichtigsten Kommunikationsinstrument.

Dieses Leitbild soll nicht als starre Richtlinie, sondern als Richtschnur für künftige politische und planerische Entscheidungen, als Chance und Ideenpool für überregionales Denken und Handeln in kommunalen Bereichen kommuniziert werden.

Strategie zur Kommunikation war und ist der Dialog in und zwischen den Gemeinden des Vorarlberger Rheintals und dem Land. BürgermeisterInnen sowie MandatarInnen und MitarbeiterInnen der Gemeinden und des Landes nehmen *vis!on rheintal* in ihre Arbeit auf und spielen eine entscheidende Rolle im Kommunikationsfluss von innen nach außen. Für die Weiterführung des Prozesses sollen Kerninhalte des Leitbilds mit Beispielen von Gemachtem oder Geplantem veranschaulicht werden. Die damit verbundene öffentliche Aufmerksamkeit ist, neben Impulsen für Kooperationsprojekte, eine reale Belohnung für diese politische Arbeit und damit Zugkraft für die künftige Umsetzung von *vis!on rheintal*.

Definiertes Kommunikationsziel ist es, *vis!on rheintal* als Leitbild für die räumliche Entwicklung des Rheintals und die regionale Zusammenarbeit der 29 Rheintalgemeinden in den Köpfen vor allem der internen Zielgruppen zu verankern.

Die internen Zielgruppen sollen sich aktiv an der Umsetzung der *vis!on rheintal* beteiligen, die externen sollen die Kernbotschaften von *vis!on rheintal* kennen und mittragen. Es soll die Einsicht erzielt werden, dass der Lebensraum nicht an der Gemeindegrenze endet. *vis!on rheintal* lebt nur, wenn die nützliche Kraft dieser Vision und einer Gesamtsicht des Rheintals den Verantwortlichen bewusst wird. Handlungskonsequenzen daraus sind:

_ BürgermeisterInnen der Rheintalgemeinden tragen das Projekt aktiv mit und sorgen dafür, dass bei MitarbeiterInnen und MandatarInnen größtmögliche Identifikation mit der Idee erreicht wird.

_ MandatarInnen der 29 Rheintalgemeinden und des Landes wissen um die Bedeutung und den Nutzen des Leitbilds für die künftige Entwicklung ihrer Gemeinde und der gesamten Region. Sie suchen nach Möglichkeiten, *vis!on rheintal* in verschiedenen Bereichen umzusetzen, und zeigen Verständnis auch für Maßnahmen von regionaler Bedeutung, die der eigenen Gemeinde mitunter Nachteile bringen.

_ MitarbeiterInnen der 29 Rheintalgemeinden und des Landes erkennen, wo die Idee von *vis!on rheintal* ihr Aufgabengebiet tangiert, und lassen diesen Weitblick in ihre Arbeit und in Projektideen einfließen. Sie entwickeln ein Grundverständnis für die übergeordneten Rahmenbedingungen für das Rheintal.

vis!on rheintal lässt sich nicht einfach bewerben und verkaufen, sie muss gelebt und dadurch laufend kommuniziert werden. Mittel und Maßnahmen der professionellen visuellen Kommunikation stehen nicht im Vordergrund, sondern werden begleiten und unterstützend zur Verfügung gestellt.

Es wurde bewusst keine große Marke, sondern ein schlichtes Erscheinungsbild mit nützlichen Elementen für die visuelle und verbale Gestaltung definiert. Der Name „Vision Rheintal“ bezeichnet eine bestimmte Region und steht für Gedanken an die Zukunft. Die Beifügung **Raum kommunizieren planen** bringt drei wesentliche Aspekte des Prozesses zum Ausdruck: Es geht um Räume, um die gemeinsame Auseinandersetzung damit und um ihre Gestaltung. Die Aussage **Ein Projekt des Landes Vorarlberg und der Vorarlberger Rheintalgemeinden** macht den Absender deutlich. Die Logotype **vis!on rheintal** enthält eine wirkungsvolle Pointe. Das auf den Kopf gestellte i als ! thematisiert eine Gegenbewegung. Es verweist auf die Erdung im konkreten Raum, auf das Zusammenwirken zwischen Gedachtem (Vision) und Bestehendem (Rheintal). vis!on rheintal befasst sich vorwiegend mit Kommunen und den räumlichen Beziehungen und Nichtbeziehungen zueinander. Das Projekt hat unmittelbar etwas mit Grenzen und Übergängen, mit der Topografie eines bestimmten Raumes und der damit verbundenen biologischen und sozialen Umwelt zu tun. Der Vogelperspektive, dem kartografischen (Aus)Blick ist deshalb eine herausragende Rolle in der visuellen Kommunikation zugewiesen. Die abstrakte Figur des alten Rheins und des regulierten, beschleunigten Rheins ist ein Schlüsselbild für die grafische Gestaltung und wird auch für erklärgrafische Darstellungen genutzt. Ein kräftiges Leuchtgrün wird zur spielerischen Betonung in Flächen, Grafiken und Texten verwendet und soll die Idee der Innovationskraft und Aktualität vermitteln. Für die Darstellung von Beobachtungs- und Arbeitsergebnissen wurde von der Raumplanung des Landes eine einheitliche Grundkartografie des betreffenden Raumes geschaffen.

Die Think-Tank-Treffen des Kommunikationsteams mit den jeweils Verantwortlichen für Öffentlichkeitsarbeit der betreffenden Gemeinden und Städte waren rege besucht.

In drei Workshops wurden Erfahrungen ausgetauscht und die Möglichkeiten der Kommunikation zu vis!on rheintal in den Gemeinden und durch die Gemeinden diskutiert. Dabei zeigten sich Differenzen im Umgang mit Kommunikation in kommunalen Anliegen. Während in größeren Gemeinden Spezialisten mit dieser Arbeit beauftragt sind, fühlen sich in den kleineren Gemeinden oft die BürgermeisterInnen selbst für die Kommunikationsarbeit verantwortlich. Die kommunalen Kommunikationsformen/-mittel sind bestimmt von den Medien vor Ort, von oft geringen Budgets und Ressourcen für eine professionelle Kommunikationsarbeit.

Die Identitäten einzelner Orte und die Differenziertheit einer Region spiegeln sich auch in der Medienlandschaft. Viele lokale Druckschriften und Wochenblätter haben neben den überregionalen Vorarlberger Nachrichten mit einer Reichweite von fast 3/4 der Bevölkerung zu bestehen. Die wöchentlich erscheinenden Gemeindeblätter Rankweil und Vorderlandgemeinden, Götzis/Hohenems, Dornbirn und Lustenau werden von den Gemeinden herausgegeben, sind gestalterisch revitalisiert und funktionieren als Kommunikationskanäle besonders gut. Die gute Leserblatt-Beziehung wird bestimmt von der Nähe zu den Angeboten und Informationen. In Bregenz und Feldkirch, teilweise auch in anderen Gemeinden werden neben den offiziellen Zeitschriften auch gemeindeeigene Periodika herausgegeben. Neben den Pressemedien werden gemeindeeigene Internetplattformen verstärkt für kommunale Kommunikations-Services genutzt. Jede

Gemeinde betreibt Öffentlichkeitsarbeit, in den kleineren Gemeinden oft in persönlicher und direkter Form.

Auflage der Gemeindeblätter
(erscheinen wöchentlich)

Gemeindeblatt Rankweil 6.000 Stk.
Gemeindeblatt Götzis/Hohenems 9.500 Stk.
Gemeindeblatt Dornbirn 10.500 Stk.
Gemeindeblatt Bregenz 11.300 Stk.
Gemeindeblatt Lustenau 4.800 Stk.
Feldkircher Anzeiger 20.700 Stk. – teilweise gestreut in Großauflage 35.000 Stk.
Feldkirch Aktuell (Stadtmagazin) 14.000 Stk.
Bregenzer Blättle 32.000 Stk. – teilweise gestreut in Großauflage 37.000 Stk.

Auflage der VN-Heimat in den folgenden Regionen
(erscheint wöchentlich)

VN Heimat Split Feldkirch 19.600 Stk.
VN-Heimat Split für Dornbirn, Hohenems, Lustenau 17.200 Stk.
VN-Heimat Split für Bregenz 27.170 Stk.

Tagesreichweite überregionaler Medien in Vorarlberg

70 % Vorarlberger Nachrichten
16 % NEUE
41,8 % Radio Vorarlberg
41,1 % Ö3
12,9 % Antenne Vbg.
5,3 % Österreich 1
4,3 % FM4
11,0 % Auslandssender

Quelle: eigene Erhebungen, Stand 2006

vis!on rheintal ins Gespräch zu bringen und den Blick für die Region, für das Gemeinsame zu schärfen, waren und sind die Hauptziele der lokalen Öffentlichkeitsarbeit über den Leitbildprozess.

Ergebnis der Besprechungen waren wertvolle gemeinsame Erkenntnisse zum breiten Feld der kommunalen Kommunikation und zur Berichterstattung von vis!on rheintal im Speziellen, aber auch konkrete Berichte und Maßnahmen.

Im Fachteam wurde ein Kommunikationskonzept, federführend von Susanne Hafner (Feldkirch) und Ralf Hämmerle (Dornbirn) ausgearbeitet. Begleitend zu den Beratungen bildete sich eine Gruppe der ÖffentlichkeitsarbeiterInnen der Rheintalgemeinden.

Im Folgenden sind Kernelemente aus dem Kommunikationskonzept zitiert und stellvertretend für weitere Aktivitäten zwei Maßnahmen genauer erläutert.

Definition der Zielgruppen

Intern

- _ BürgermeisterInnen, MandatarInnen, MitarbeiterInnen der 29 Rheintalgemeinden
- _ Mitglieder der Landesregierung, MandatarInnen, MitarbeiterInnen des Landes

Extern

- _ Bevölkerung im Vorarlberger Rheintal
- _ Multiplikatoren wie Medien, Unternehmen, Interessenvertretungen, Kooperationen, Vereine, Verbände, Institutionen, Schulen, Einrichtungen ...
- _ Bevölkerung der Nachbarregionen

- _ Fachöffentlichkeit

Maßnahmen zur Kommunikation

Umsetzungen während der Projektlaufzeit

- _ website, aktive Befüllung
- _ vorum, laufende Berichte, Sonderausgaben
- _ Mails für BürgermeisterInnen, laufend/persönlich
- _ Bürgermeistergespräche
- _ Rheintalkonferenz
- _ Information durch BürgermeisterInnen in Gemeindevertretungs- und Ausschuss-Sitzungen
- _ Gemeinsame Infoveranstaltungen für Gemeindevertretungen und Ausschüsse mehrerer Gemeinden
- _ laufende Infomaßnahmen der Gemeinden
- _ Rheintalforen
- _ Informationsveranstaltungen für Interessensvertretungen und Multiplikatoren
- _ Infokarte, direkte Verteilung
- _ Panorahmen für televis!on
- _ Leitbildentwurf-Dokumentation

Umsetzungen und Empfehlungen zur Weiterführung

- _ Panorahmen für televis!on (Laufzeit bis Herbst 2007)
- _ Leitbildentwurf-Dokumentation, Streuung
- _ website, mit Leitbildentwurf-Portal
- _ Vorarlberg Magazin, Sonderbericht
- _ vorum, laufende Berichte, Sonderausgaben
- _ Medienaktion, der Landespressestelle
- _ Infomaßnahmen der Gemeinden
- _ Weiterführung von vis!on rheintal durch eine institutionalisierte Einrichtung und damit verbunden Kommunikations-Maßnahmen
- _ vis!on rheintal Zeitung
- _ vis!on rheintal Experten-Netzwerk
- _ vis!on rheintal Wanderausstellung

Panorahmen für Television – mit 34 mannshohen Stahltafeln landet vis!on rheintal vor Ort. Genauer gesagt, an 34 gut gewählten Standpunkten in den Rheintalgemeinden.

Architekt Helmut Kuess und Reinhard Gassner entwickelten aufbauend auf Workshops mit ÖffentlichkeitsarbeiterInnen der Gemeinden die Idee der Panorahmen. Das „Fernsehen“ durch die Panorahmen ist bewusst gelenkt; erstens durch das Hergezeigte, zweitens durch den Bildausschnitt und drittens durch die Beschreibungen auf den jeweiligen Tafeln. Durch Ausschnitte in den Tafeln werden Plätze, Orte und Bauten sichtbar, bei denen vis!on rheintal stattfindet oder stattfinden soll. Ein kurzer Text am Objekt erläutert die Blickpunkte und die damit verbundenen Aspekte. Bereits der Diskussionsprozess in den Gemeinden um geeignete Standorte und Inhalte provozierte die individuelle Befassung mit vis!on rheintal bei den internen Zielgruppen. Die Objekte selbst sind wirksame Zeichen im öffentlichen Raum, gleichzeitig Sichtwerkzeuge, die den Blick auf das Detail provozieren. Durch ihre Präsenz sprechen sie alle Zielgruppen an und sind Kommunikationshilfe für die Auseinandersetzung mit dem Thema. Vertiefende Information soll durch die Gemeinde selbst in lokalen Medien und Drucksachen angeboten werden.

Die Architektinnen Geli Salzmann und Eva Lingg finalisierten den Entwurf, brachten das Projekt in vielen Gesprächen mit den Verantwortlichen auf den Boden und die Inhalte auf den Punkt. Nähe und Distanz, Grenzen und Übergänge, Differenzen und Gemeinsames inspirierten Standortwahl und Schilderung. Die Kosten für Entwicklung, Management und Realisierung teilten sich Gemeinden und Land. Als begleitende Drucksache wird eine Rheintalkarte mit den televis!on-Standorten und Details zu den einzelnen Blickpunkten herausgegeben.

www.vision-rheintal.at Menüpunkt televis!on

Die Dokumentationsschrift zum vis!on rheintal Leitbild ist ein Meilenstein in der gesamten Projekt-Biografie. Als „Gelenk“ soll die Publikation das Ergebnis eines zweijährigen Beteiligungsprozesses dokumentieren und für die weitere Entwicklung und Umsetzung von vis!on rheintal ein Impulsgeber und Nachschlagwerk sein.

Diese Veröffentlichung schafft Verbindlichkeit und Klärung, gibt wertvolle Impulse und unterstützt die politische Identifikation mit den Inhalten nachhaltig. Die einzelnen Bereiche werden auf verschiedenen Levels dargestellt: Die Ebene der bildlichen und planlichen Darstellung verwebt sich mit den für flüchtige Leser übersetzten Einstiegstexten und mit der authentisch belassenen Vertiefungsebene für fachlich Interessierte. Die Dokumentation ist in mehrere Sektionen gegliedert; hat eine durchgängige, pragmatische Gestaltung, die Inhalte sind für verschiedene Zielgruppe zugänglich und interessant übersetzt.

Die Kernbotschaft **neunundzwanzig Gemeinden – ein Lebensraum** wird bereits in den Einstiegsseiten des Buches visualisiert. Der kartografische Blick zieht sich wie ein roter Faden durch die Publikation. Teile daraus sind wiederverwertbare Bausteine für die regionale Öffentlichkeitsarbeit. Die Qualität der gemeinschaftlichen Arbeitsrunden, das Gefühl einer Idee, die langsam zu griffigen Vorstellungen führt, das Erlebnis von grundlagenbasierten vis!onen rheintal sind Dinge, die sich nicht einfach in grafischen Darstellungen oder Werbetexten wiedergeben lassen. Kommunikation passierte hier weniger für als durch vis!on rheintal. Die Panorahmen, ebenso wie die vorliegende Dokumentation sind nur ein Teil eines größeren Bildes, das sich gerichtet oder ungerichtet weiter entwickeln wird.

Sprachliche Differenz ist noch keine Sprachbarriere – Im Vorfeld zur dieser Publikation gab es Kritik am Fachdialekt einzelner Berichte. Das Thema selbst erfordert jedoch Interesse und Zuwendung. Auf Ver-einheitlichung wird bewusst verzichtet. Simplifizieren würde Verlust an inhaltlicher Tiefe und Echtheit mit sich bringen. Die Differenziertheit der Fachsprachen steht auch stellvertretend für andere Grenzbilder. Das Land wird in der Längsachse durch Berghang, Eisenbahn, Autobahn, EU-Außengrenze und Rhein filetiert. Quer dazu stehen Begriffe wie: Oberland, Unterland, Nebelgrenzen, Alters- und Sozialklassen, Religionsbekenntnisse, Nachbarschaften und Gartenmauern. Je näher man den Gemeinden tritt, um so stärker verschieben sich, gemeinsam mit den Machtschwerpunkten der Politik, die Bedeutungen der Grenzen. Autonomie und Identität finden sich heute vor allem innerhalb der Gemeindegrenzen selbst – sichtbar und hörbar. Eine gemeinsame Identität für die Region zu schaffen, steht als wesentliche Perspektive für vision rheintal. Auf dem Weg dahin ist es nötig, Grenzen zu überwinden; auch dadurch, dass man sie akzeptiert, pflegt und Übergänge gestaltet.

kommunikation/grenzen

Roland Jörg – Beitrag zum Think-Tank-Treffen am 26. September 2005 in Lustenau

das vorarlberger rheintal ist als region gewachsen und bevor es – außer rand und band – über sich hinauswächst, sollen nun, in einem die nächsten jahre anhaltenden prozess, neue koordinaten diskutiert, formuliert und vielleicht auch einmal gesetzt werden. das wort koordinaten ist hier in doppelter hinsicht zu verstehen: als haltegriffe gleichsam auf der landkarte wie auch als wort, das den begriff koordinieren beinhaltet.

außer rand und band ist nun für mich – gleichsam als einleitende anregung – ein zentrales leitmotiv in der befragung dieses von uns allen geschätzten lebensraumes. ist es das band der autobahn, der rand der schweizer grenze, das band der rheinregulierung oder einfach nur der rand oder das verknüpfte band der gemeindegrenzen.

wo sind tatsächliche grenzen. und wo sind die mentalen hindernisse, grenzen im kopf, wenn es darum geht, das vorarlberger rheintal zu umreißen. die rheingrenze hat die qualität eines reißbrettkanals, weder schiffbar noch beschwimmbar, kein platz für idyllische, touristische plätze und naturbelassene ecken, ein paar brücken, die auch nichts besonderes ausstrahlen und die ganz anders gebaut sind als jene, die die überwindung des wassers feierlich repräsentieren möchten. die grenze zwischen dem vorarlberger und dem schweizer rheintal ist in manchen bereichen noch deutlicher als man denkt: bei einem kleinen ausflug in die kulinarische geschichte stoßen wir auf zeugnisse der armut auf beiden seiten des rheins, auf einfachste kulinarische gerichte wie etwa riegel. und wenn dieses gericht eine ähnlich hohe identitätsstiftende qualität wie etwa kässpätzle oder -knöpfe für unseren landstrich hat, registrieren wir hier kaum, dass das auf der linken rhein-talhälfte viel konkreter und viel intensiver ist. und das ist für unseren ansatz hier leider ein armutszeugnis.

es mag noch ein vernachlässigbar kleiner unterschied sein, dass der riegel hier ein langes ie hat, doch das, was in vorarlberg als „s'original“ bezeichnet wird, ist aus weizen, während das schweizer pendant sich „ribelmais“ nennt. und nun

zum gravierendsten unterschied: der „rheintaler ribel“ wurde als zweites (!) produkt der gesamten schweiz mit der geschützten ursprungsbezeichnung „aoc“ (appellation d’origine controllée) asugezeichnet. er gilt damit in der ganzen schweiz als „spezialität mit besonderem geschmack“ und als „aushängeschild einer ganz besonderen region“. „weil der ribelmais“, ich zitiere aus dem ribelbuch, „das einzige produkt ist, mit dem sich das ganze tal vom bodensee bis ins churer rheintal inklusive dem fürstentum liechtenstein identifizieren kann.“

davon sind wir – stellen sie sich das einmal auf österreich bezogen vor – meilenweit entfernt. die einzige stärker hier in vorarlberg verankerte marke, die auf ein kollektives rheintalbewusstsein hinweist, ist die bezeichnung des rheintalhau- ses. und dieser architekturtypus spielt etwa in bregenz keine rolle (hier ist möglicher- weise die bregenzer ach eine bautypologische grenze), zumal es überhaupt die ansicht gibt – so etwa der frühere kulturamtsleiter von bregenz, oscar sand- ner –, dass bregenz nicht mehr zum rheintal zählt. dennoch wird sich jede bre- genzerin, jeder bregenzer als inbegriff der unterländerin, des unterländers sehen – so, wie jeder bregenzerwälder sich als wälder sieht. doch wer sieht sich als rheintaler? die zentrale streitfrage ist immer nur die, ob der kummenberg tatsäch- lich das oberland vom unterland scheidet. doch selbst innerhalb des unterlandes werden grenzen spürbar. wer etwa von bregenz in das 10 autominuten entfernte dornbirn zieht, wird sein auto abmelden und neu anmelden und auch dafür be- zahlen müssen und selbst der finanzamtstandort wandert plötzlich nach feldkirch. natürlich wird es bregenzer geben, die behaup-ten, dass so etwas ohnehin nicht vorkommt, dass eben jemand von bregenz nach dornbirn zieht. aber ich selbst bin ein lebendes beispiel dafür. wenn jemand dagegen von bregenz in das gut 1 autostunde entfernte schröcken zieht, bleibt ihm das alles erspart.

sie sehen also: es wird oft vergessen, dass die große talschaft des landes unter- teilt wird durch drei bezirksgrenzen, die meiner ansicht nach zumindest in den hinterköpfen einer immer stärker zusammenwachsenden regionalen einheit ent- gegenstehen.

zum abschluss meiner ausführungen stellt sich für mich die zentrale frage, ob es gelingt, ein kooperatives und ein im großen und ganzen von allen beteiligten ge- tragenes zusammenspiel zwischen den kommunen und unterschiedlich gewich- teten ballungszentren zu erreichen. denn nur dann ist gewährleistet, dass dieses projekt „vis!on rheintal“ nicht zu einer „parallelaktion“ (jene komischen bemühun- gen hochrangiger persönlichkeiten um eine ‚erlösende idee‘ zum geplanten 70jährigen regierungsjubiläum kaiser franz josefs) wird, wie es musil in seinem großen romanfragment „mann ohne eigenschaften“ beschreibt. und nur dann können wir davon ausgehen – ohne diese metaphor überstrapazieren zu wollen –, dass der rieblel nicht auseinanderbröselst.

sie werden sich nun fragen, wie dieses zusammenspiel gelingen soll: ein schlüs- selwort dafür heißt ganz sicher kommunikation. damit die „vis!on rheintal“ für vie- le schmackhaft wird, sollten die rezepte auf einer gemeinsamen plattform entwi- ckelt und getragen werden. doch gekocht – und das richtet sich an jede einzelne, an jeden einzelnen hier – gekocht und gegessen wird zumeist direkt vor ort.