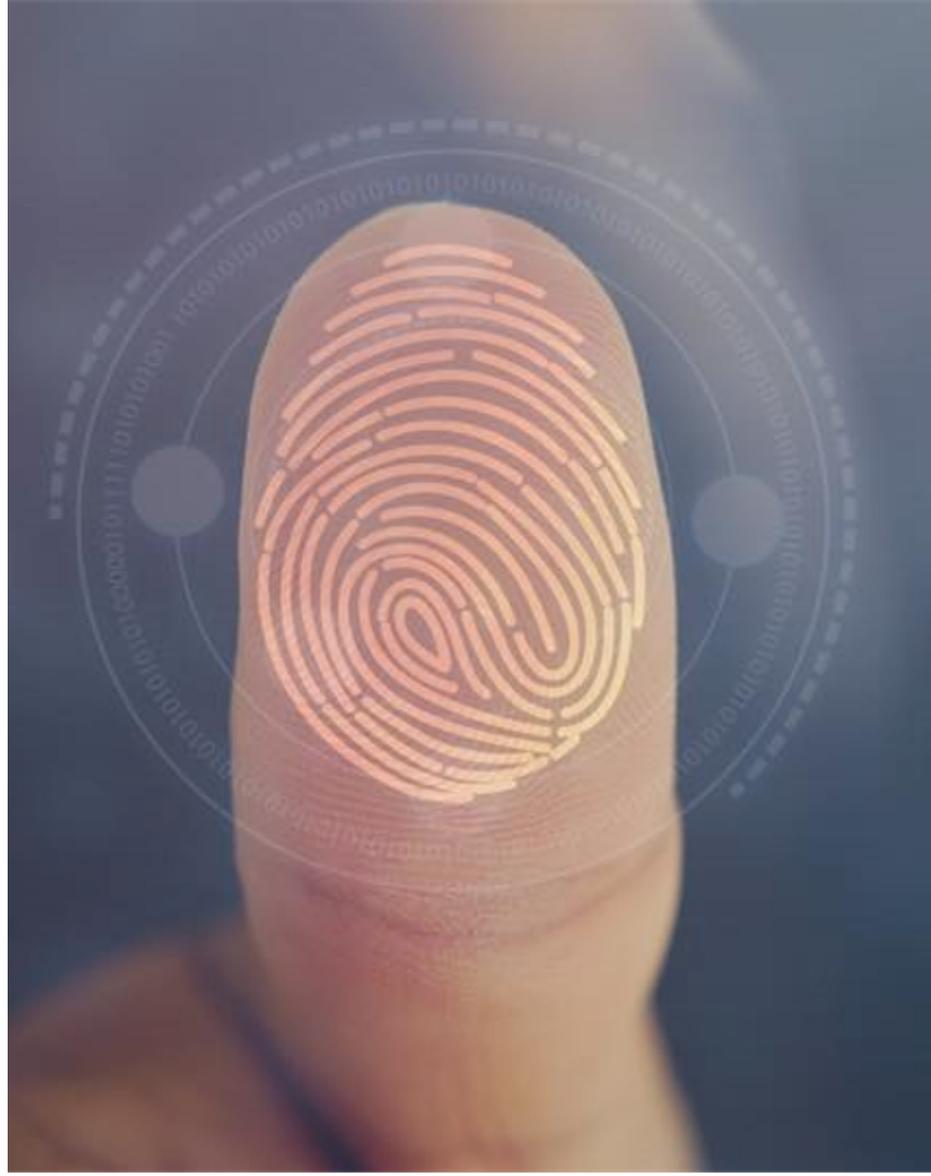


Hallo und herzlich
willkommen zur
Arbeit in den
Kleingruppen!
Schön, dass Sie da
sind!



Tourismus

Indoor Attraktionen müssten noch berücksichtigt werden

Wenige gastronomische Angebote auf dem Land

Einige Ferienwohnungen mit unzureichender Qualität

Schwächen

Stärken

Ostbelgien als Naherholungsgebiet (Regionalanalyse)

Schönheit der Landschaft als „Trumpf“ (Interviews)

Marke „Ostbelgien“ sektorenübergreifend als starke Standortmarke (Literatur)

Gesetzliche Grundlage für den Tourismus 2017 grundlegend neugestaltet: Klare Strukturierung, Vereinheitlichung und Vereinfachung von Verfahren, Sanktionsmöglichkeiten für fairen Wettbewerb (Regionalanalyse)

Touristisches Leitbild nur zeitmehrzoniert bis 2025, ist aber in entscheidenden Teilen bereits von neuen Bedürfnissen und den aktuellen Megatrends überholt worden (Regionalanalyse)

Nach Ostbelgien kommen zu wenige Deutsche (Interviews)

Besondere Qualitäten und Attraktionen: das Hohe Venn, Hecken- und Flusslandschaften, Bütenbacher See, die Burg von Reuland, Vennbahn, ... (Literatur, Online-Befragung)

Touristisches Leitbild: Destination Ostbelgien als „Genuss- und Wohlfühlregion“; Fokussierung auf zwei Geschäftsbereiche: Rad und Wandern. (Regionalanalyse, Literatur)

Investitionen in Infrastruktur: • fischendeckendes Knotenpunktnetz sowohl zum Radfahren als auch zum Wandern • Themenrouten • Leuchtturmprojekte (Leitwanderweg, Vennbahn, „Stoneman Arduenna“ für Mountainbiker) (Regionalanalyse)

Fachkräftemangel (Regionalanalyse)

Kleine und kleinste Familienbetriebe müssen sich ständig neuen Herausforderungen stellen, gehen hohe finanzielle Risiken ein und sind am Ende der Karriere nicht sicher, einen Nachfolger für ihren Betrieb zu finden (Regionalanalyse)

Punktuell Sättigung touristischer Anziehungspunkte: 2020 mussten mehrmals Zufahrtsstraßen gesperrt (bspw. Hohes Venn) (Regionalanalyse)

Standortfaktor: Ostbelgien umgeben von Ballungsräumen (Interviews)

Tourismusagentur Ostbelgien als zentraler Akteur (Aufgabe Tourismusmarketing und touristische Produktentwicklung) (Regionalanalyse, Literatur)

Maßnahmen zum Schutz der Natur, bspw. Begrenzung und Strukturierung der Stellplatzanlagen im hohen Venn (Interviews)

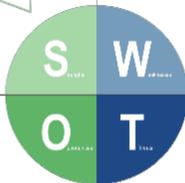
Nahezu 100 Prozent der Gäste reist individuell mit dem Auto an; Anreise ohne PKW sehr aufwendig (Regionalanalyse)

Signifikante Steigerung der Übernachtungen und Ankünfte zwischen 2011 und 2019 (Regionalanalyse)

Nachhaltiger Tourismus: Produkte des „sanften Tourismus“ wie Rad und Wandern (Regionalanalyse)

DG hat im Bereich der Mobilität keine Zuständigkeit (Regionalanalyse)

NL Markt gezielt ansprechen



Wieso kommen nur wenige Besucher aus Deutschland? Sind das eher Tagestouristen?

Schwerpunktbereiche zur weiteren Entwicklung: Naturerlebnis (Wandern und Rad), Interkulturalität und Mehrsprachigkeit, Genuss, Wellness und Geselligkeit (Literatur)

Digitalisierung: traditionelle Arbeitsweisen durchbrechen, Vereinfachung der Individualisierung des touristischen Angebotes (Regionalanalyse)

Größere Reichweite/ Ballungsgebiete in Deutschland und ... Ausbau eines Netzes an sicheren Rad- und Fußwegen zur Verbindung der Ortschaften untereinander auch in den sanften Tourismus vorteilhaft (Online-Befragung)

Konfliktpotential zwischen Lebens- und Wohnort und dem Tourismus: • Großprojekte für den Tourismus (Bsp. Küchel-scheid) • Die Zersiedlung der Landschaft schreitet voran: zu wenig Rücksichtnahme auf die örtliche Topographie und den besonderen Charakter der Ortschaften • Touristenmagnet Bütenbacher See zu überfüllt für Anwohner*innen (Online-Befragung)

(Un-)Gleichgewicht zwischen Naturschutz und wirtschaftlichen-, touristischen- und privaten Interessen (Online-Befragung)

„Nah-tourismus, das ist ein Pferd, auf das wir auf jeden Fall setzen sollten, weil in 2040 hört das auf, dass man für 50 € nach Mallorca hin und zurückfliegen kann“ (Interviews)

Nachhaltige touristische Entwicklung: In-Wert-Setzung der natürlichen Ressourcen, der gegebenen räumlichen Voraussetzungen und der Ausnutzung von Synergien im Zusammenspiel der einzelnen Attraktivitäten (Literatur)

Lebensqualität und Tourismus zusammen denken (Bühninge Veranstaltungen, Interviews)

Tourismus vs. Natur- und Landschaftsschutz (Interviews)

Renovierungsbedürftigen „Gemeinschaftszentren“ müssen sich im europäischen Wettbewerb auch mit touristischen Entwicklungskonzepten neu positionieren (Bsp. Worriken 4.0) (Regionalanalyse)

Potenzielle Ausweitung der Tourismusregion Ostbelgien (in Richtung Norden und im weiteren Raum Malmedy) (Interviews)

Chancen

Gastronomische Kultur - Esskultur

Worcation/ Seminare/ Arbeiten in der Natur

Das Co-Dorf

Risiken

Raum- und Entwicklungsstrategie Ostbelgien 2040

Arbeitsstand: 15.11.2021

Was wollen wir bis 2040 erreichen?

strategische Ziele - langfristig, übergeordnet

Bekanntheit
als
Destination
erhöhen

Gäste aus
weiter
entfernten
Quellgebieten
ansprechen

Gemeinsame
Vermarktung,
bessere
Information

"Wasser (und
Holz)" als
verbindendes
Element

Profilierung:
deutschspr
achiges
Belgien

Wertschöpfung
aus dem
Tourismus
erhöhen

Arbeitsplätze
v.a. in der
Eifel schaffen

Vermarktung
lokaler
Produkte ->
LW stärken

Qualität/
Nachhaltigkeit
als Leitziel
"Sanfter
Tourismus"

Lebensqualität
in der Region
steigern

Ausgewogenes
Verhältnis
zwischen
Bewohnern und
Ferienwohnungen

Artenschutz
durch
Tourismus

Impulse für
Ortsentwicklung

"Arbeiten und
Freizeit"
nutzen, um
neue Impulse
zu erhalten

Umnutzung von
Gebäuden (aus
der LW) für
touristische
Nutzung

Individuelle,
hochwertige,
Unterkünfte
schaffen

Verbindungen
zu Land- und
Forstwirtschaft
herstellen!

operative Ziele - zeitnah, praktisch, spezifisch

Teambuilding-
Seminare

Angebote
entwickeln, die
Arbeit und Freizeit
verknüpfen:
"Workation"

Angebote zur
Umweltbildung,
Lehrpfade,
Seminare...

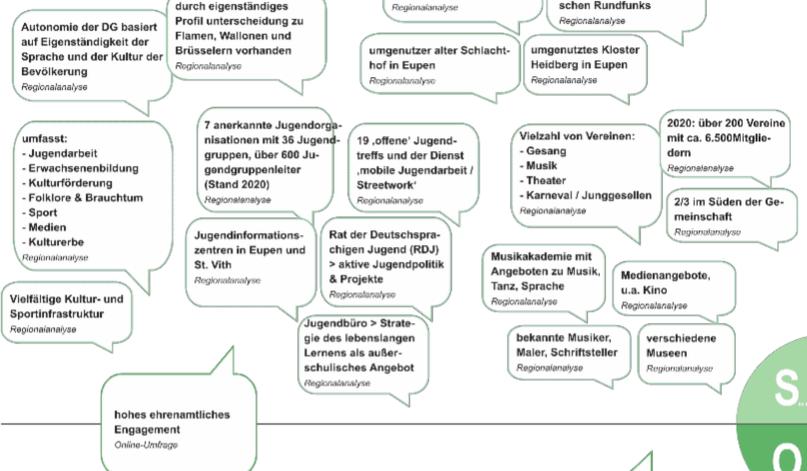
Sammelspeicher - für Maßnahmen, Lösungen, Projekte, Ideen

Das "Ko-
Dorf" als
Konzept

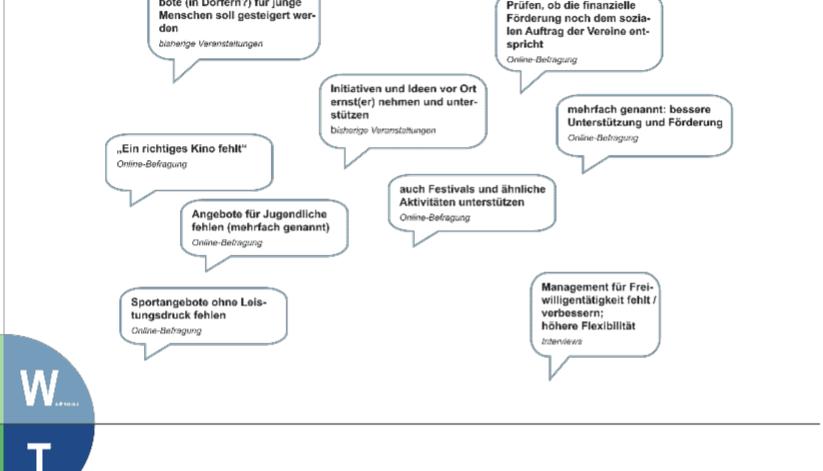
Arbeiten,
Freizeit,
Urlaub und
Wohnen
verbinden

Freizeit und Kultur, Ehrenamt

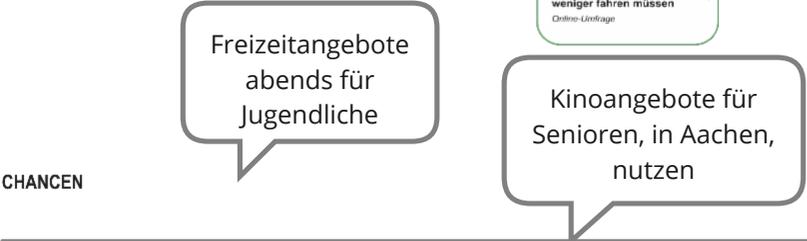
STÄRKEN



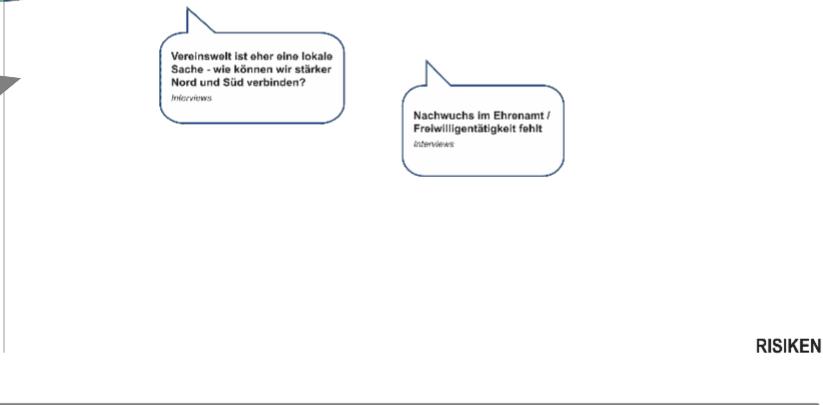
SCHWÄCHEN



CHANCEN



RISIKEN



Was wollen wir bis 2040 erreichen?

strategische Ziele - langfristig, übergeordnet

operative Ziele - zeitnah, praktisch, spezifisch

Engagement in Vereinen lässt nach > wie kann man dem begegnen?

Wie junge Menschen gewinnen?

Motivation bei Leitern von Jugendgruppen sinkt

Grund: Corona? Was noch?

machen wir zu viel (Verschiedenes)? überall Vollgas geht nicht

Wo kann man anpacken?

Wunsch nach mehr Kommunikation über das, was da ist!

Umfrage, Analyse nötig: Dem Grund auf den Zahn fühlen! // Was macht ihr in der Freizeit? // Womit seid ihr zufrieden? Was fehlt?

Selbststudium einfacher, DIY-Anleitungen (z.B. Nähkurs)

z.B. Online-Kommunikation & Anreize schaffen für junge Menschen, Identität und Region entdecken

z.B. im GrenzEcho Infos wieder aufnehmen, mehr publik machen

Tag der Kultur einrichten, strukturiert & organisiert, fester Tag, generationen-übergreifend

Tag der Kultur als regelmäßiges Angebot, vgl. zu Kunstausstellungen, Angebot ausdehnen

mit Schulen kooperieren, um Menschen 'aus Blasen' herauszuholen und in verschiedene Richtungen zu streuen

Raumbedarf decken und adäquate Räume anbieten

Mobilitätsangebote und Verbindungen anbieten, N-S-Gefälle minimieren, um Angebote wahrnehmen zu können

Sammelspeicher - für Maßnahmen, Lösungen, Projekte, Ideen

durch Kleinheit Tempo reinbringen, ausprobieren!

Info für Tourismus: Karte zu Knotenpunkten nutzbarer machen!

Tag der Kultur einrichten, strukturiert & organisiert, fester Tag, generationen-übergreifend

Die Eifel braucht ein Dorfhaus!

Einsatz von Minibusses (autonomes Fahren!)

Identität und Heimat

Wir haben beides:
Preußische/germanische
Genauigkeit und
romantische Lebensfreude

Vielleicht sind wir zu
bescheiden

Regionale Identität und Eigenständigkeit

STÄRKEN

Qualitäten unserer
Handwerk(s)kultur

Wiesen- und Hecke, Land-
schaften sind besonders ty-
pisch für unsere Heimat eben-
so wie der ländliche Charakter
unserer Dörfer.
(Online-Umfrage)

Für mich stehen mein Wohnort
und auch Ostbelgien insgesamt
für Heimat und Geborgenheit.
(Online-Umfrage)

Auch die Dialekte sind wicht-
ig und identitätsstiftend.
(Bisherige Veranstaltungen)

Die Möglichkeit des gleichzeitigen
Rückgriffs auf deutsch- und fran-
zösischsprachige Medien macht
einen wichtigen Teil der kulturellen
Identität Ostbelgiens aus.
(Regionalanalyse)

Die Vielfalt der Kulturen
hier ist besonders.
(Bisherige Veranstaltungen)

Wir sprechen bei uns nicht von
Französisch als Fremdsprache,
sondern als Zweitsprache. Und
das hat damit zu tun, dass man
Einblick hat in zwei Kulturen. Es
ist einfach eine Erweiterung des
Horizonts. Das ist etwas Wun-
derbares!
(Interviews)

Wesentlich für die langfris-
tig ausgerichtete Entwicklung
Ostbelgiens ist die Schaffung
eines zeitgemäßen, identitäts-
fördernden Markenbildes.
(Regionalanalyse)

Es gibt Pfarrfeste, die immer noch so
gefeiert werden wie vor 20, 30 Jahren
aber auch andere Dinge, die dann neu
ausprobiert werden.
(Interviews)

Man sieht deutlich, dass es immer
sehr, sehr hohe Identifizierung
mit der Heimat gibt – auch bei
den jungen Menschen.
(Interviews)

Weiche Faktoren:
Miteinander,
Wertegesellschaft,
Begegnungskultur,
soziales Netz-
werk, Vereine, dörfliche
Charakter der Orte

Wie viel Kleingeist und auch teilweise
Fremdenhass manchmal spürbar ist.
... Ob es daran liegt, dass es doch provin-
ziell ist und nicht so weltoffen, wie wir
es gerne hätten. ... Wie weit ist es denn
wirklich mit der Weltoffenheit in Ostbel-
gien bestellt?
(Interviews)

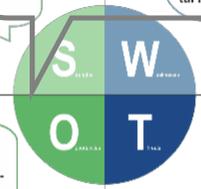
Dies, was den Charme aus-
macht, diese Kleinheit, ist
natürlich zugleich auch un-
ser größte Schwäche.
(Interviews)

SCHWÄCHEN

Man könnte hier bei uns mehr
Selbstbewusstsein haben. Es
fehlt an Identität und an Be-
wusstsein für die Attraktivität.
(Bisherige Veranstaltungen)

Kirchturmdenken: Zwischen
den Orten aber auch
zwischen Nord und Süd

In der Vallonien kommt oft an, dass wir meinen, die Dinge
besser, schneller und effizienter umsetzen zu können.
... Dann wird gesagt, dann guckt doch, wie ihr alle
ne klarmarkt, ihr könnt ja sowieso alles besser.
Bei den Wallonen werden wir manchmal als so ein Klei-
nes, verwöhntes Etwas angesehen, das sich beschwert,
wenn es nicht gut läuft ...
(Interviews)



Wir müssen die Vielfalt der
Kulturen als USP heraus-
arbeiten, unser „Gemisch“
als Stärke begreifen.
(Bisherige Veranstaltungen)

Wir müssen den heutigen Charak-
ter unserer Städte als „gute Stuben“
erhalten. Die Identitäten der Städte
sollen bewahrt werden.
(Bisherige Veranstaltungen)

Regionale Bauweisen und typische
Materialien sind ein klarer Imagefaktor
und Standortvorteil in einer globalisier-
ten Welt. *(Bisherige Veranstaltungen)*

Stärken der ländlichen
Räume - hier jedoch kommen
Weggezogene zurück

Die Raumordnung soll und kann
eine identitätsstiftende Rolle ein-
nehmen.
(Literatur)

Es sollte uns gelingen über Raum-
ordnung ein Interesse am Gestalten
des Allgemeinwohls, über den eige-
nen Vorgarten und die Hausfassade
hinaus zu mobilisieren
(Interviews)

Aufhren, in Konkurrenz zu gehen mit
Maastricht, Aachen oder Lüttich.
Man muss sagen, es gibt diese Met-
ropolen in der Nähe und wir müssen
schauen, was ist unsere Besonderheit
und was sind unsere Stärken.
(Interviews)

Konzept „Landschaft“ als
Trumpf einsetzen.
(Bisherige Veranstaltungen)

Autonomie bedeutet auch Abgrenzung.
Wie viel Gemeinschaft mit dem Rest
Belgiens soll es geben und wie viel Ei-
genständigkeit?
(Interviews)

Mehrsprachigkeit: War
mal eine Stärke, rutscht
aber derzeit ins Risiko ab

Aber ich finde in manchen Bereichen,
dass wir uns zu sehr auf uns selbst
beziehen und ein bisschen zu hoch-
gestochen sind, für unsere kleine Re-
gion.
(Interviews)

Man will, man muss modern sein und alles mit-
machen. Man muss sich den Entwicklungen stellen,
man kann das nicht über sich hinweggehen
lassen. Aber gleichzeitig muss man ja schon den
Charakter der Region bewahren. Man darf hier
nicht beliebig werden.
(Interviews)

Die Landschaft dient als Träger von Identität und
Heimatverbundenheit. ... Aus der bewertenden
Analyse geht hervor, dass die Region sich aktuell
noch durch eine hohe landschaftliche Qualität aus-
zeichnet, jedoch ist die Existenz der unterschied-
lichen Landschaftsräume -einheiten sowie deren
Qualitäten in Gefahr. *(Literatur)*

CHANCEN

Wirtschaftsquali-
täten Ostbelgien

Bewusstseinsbildung und Sensibilisier-
ung für die Bedeutung von Landschaft
als Lebensgrundlage und für die Quali-
tät der Städte und Dörfer Ostbelgiens.
(Bisherige Veranstaltungen)

Den Individualismus begrenzen
und unsere Identität bewahren.
Nicht jeder darf alles überall bau-
en.
(Online-Umfrage)

Der „Charakter“ einer Region
sollte nicht durch den Staat
geregelt werden.
(Online-Umfrage)

Und dann ist auch die Frage, werden wir
es schaffen, diesen Charakter der
Region, den landschaftlichen und den
baulichen Charakter zu bewahren.
(Interviews)

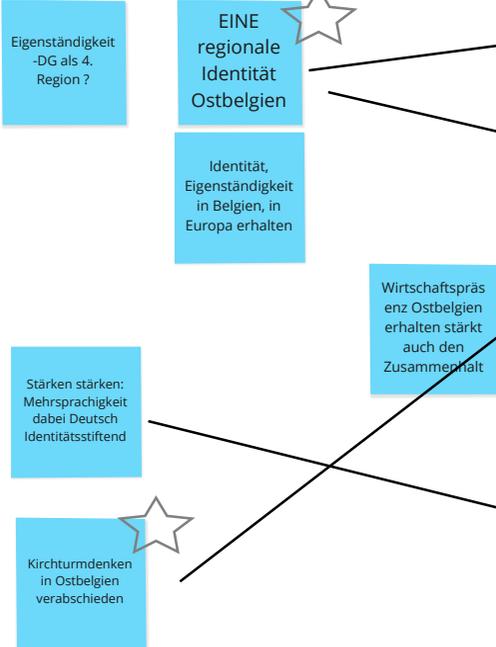
RISIKEN

Ausgeprägtes Kirchturmdenken
bedingt durch starke Identität,
manchmal steht man sich im Weg

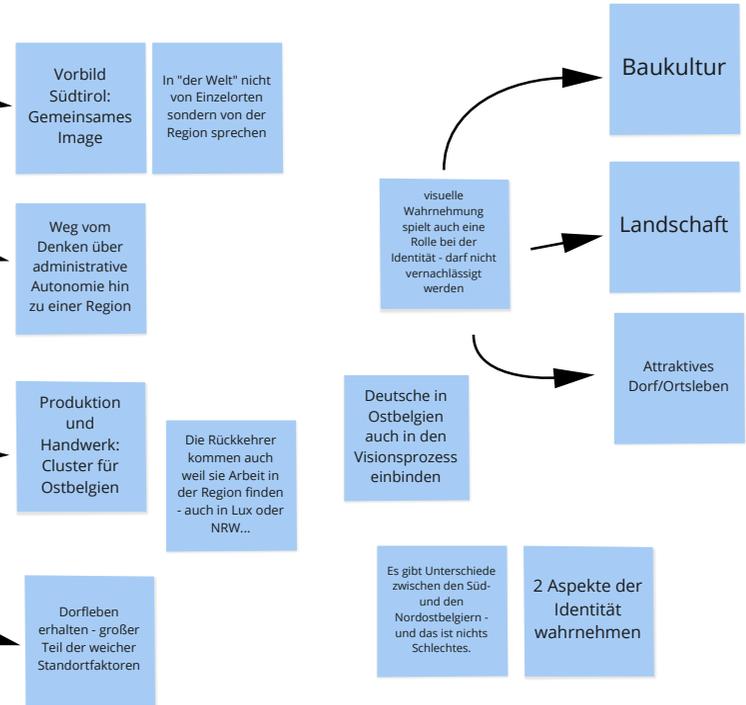
Ein Riss zwischen Nord
und Süd ist spürbar
HJPplaner

Was wollen wir bis 2040 erreichen?

strategische Ziele - langfristig, übergeordnet



operative Ziele - zeitnah, praktisch, spezifisch



Sammelspeicher - für Maßnahmen, Lösungen, Projekte, Ideen

gemeinsame
Projekte von
Nord und Süd
- von Kelmis
nach Ouren

Burgenrundweg
Ostbelgien:
Hergenrath/St.Vit
h als
gemeinsames
Projekt

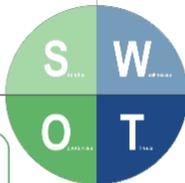
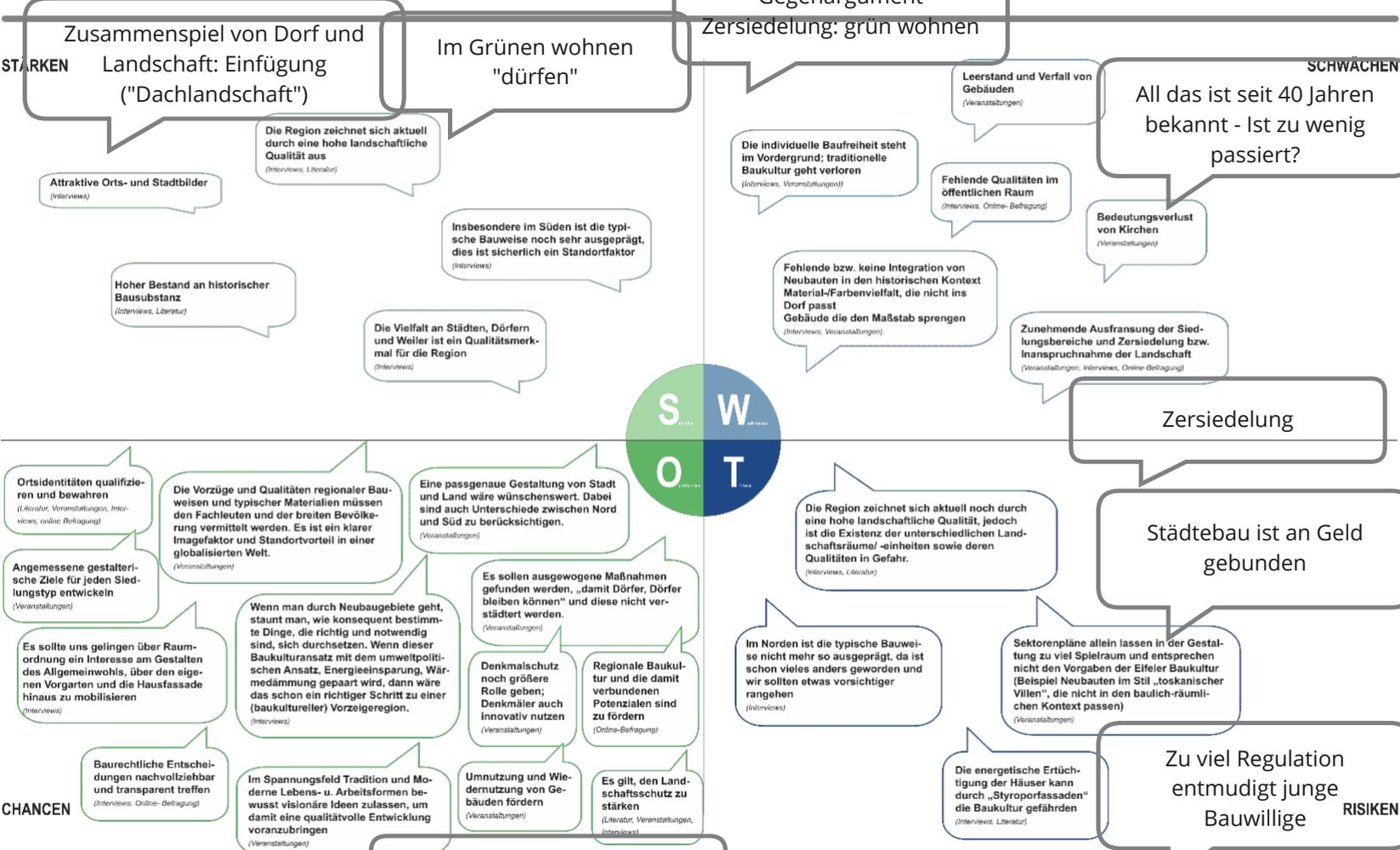
Auch weiche
Standortfaktoren
Ostbelgiens
promoten

Landschaft als
harten
Standortfaktor
anerkennen

Ostbelgien als
attraktiven
Wohnstandort
anerkennen und
dazu stehen

Hinweis auf
Buch: Die
Identität der
deutschsprachigen
Belgier

Regionales Bauen und Baukultur



Städtebau und Landschaft müssen Hand in Hand gehen

Sammelspeicher Tourismus

Das "Ko-Dorf" als Konzept

Arbeiten, Freizeit, Urlaub und Wohnen verbinden

Bekanntheit als Destination erhöhen

Wertschöpfung aus dem Tourismus erhöhen

Impulse für Ortsentwicklung

Qualität/ Nachhaltigkeit als Leitziel "Sanfter Tourismus"

Sammelspeicher Identität und Heimat

gemeinsame Projekte von Nord und Süd - von Kelmis nach Ouren

Burgenrundweg Ostbelgien: Hergenrath/St. Vith als gemeinsames Projekt

Auch weiche Standortfaktoren Ostbelgiens promoten

Landschaft als harten Standortfaktor anerkennen

Ostbelgien als attraktiven Wohnstandort anerkennen und dazu stehen

Kirchturmdenken in Ostbelgien verabschieden

EINE regionale Identität Ostbelgien

Sammelspeicher Freizeit und Kultur, Ehrenamt

Umfrage, Analyse nötig: Dem Grund auf den Zahn fühlen! // Was macht ihr in der Freizeit? // Womit seid ihr zufrieden? Was fehlt?

Tag der Kultur einrichten, strukturiert & organisiert, fester Tag, generationen-übergreifend

Die Eifel braucht ein Dorfhaus!

Einsatz von Minibusses (autonomes Fahren!)

Sammelspeicher Regionales Bauen und Baukultur

Klare Regeln, wo modern gebaut wird und wo traditionell

Effekte der Baukultur, der grünen Architektur... werden erst in ein paar Jahren erkennbar sein.

Sensibilisierung für Baukultur

Zersiedelung begrenzen

Sensible Bereiche identifizieren und Erweiterung verhindern

Keine Flächen außerhalb bebauter Zonen ausweisen

Definition des Begriffs Baukultur

An was denke ich zukünftig, wenn ich Ostbelgien höre?

3/4 Schlagworte für Ostbelgien

Die DG ist noch auf Selbstsuche - wir liegen in einer Region, die durch Einflüsse von außen geprägt ist - Identität ist vielschichtig

Markenbildung ist in den Köpfen nicht abgeschlossen

Wir sind die deutschsprachigen Belgier

Einzigartigkeit der Gemeinschaft stark durch Sprache geprägt (in anderen Ländern wurde das nicht ermöglicht)

Allgemeinwohl ist uns wichtig

Merkt man das beim Bauen bei uns?

"Fritten um um hier zu essen"
"Wem seine bist du denn"
Kampagne

Ausgeprägte Geselligkeit - man kennt sich

Gastfreudlichkeit gehört hier dazu - nicht nur im Tourismus

Germanisch mit romanisch haben wir drauf

Leben und Arbeiten in der Region: Dörfer als Lebens- und Arbeitsorte

Städtebau ist menschlich

Zugeständnis den (Heimat) Ort zu gestalten

Baukultur näher bringen - auch im Sinne der Sozialräume, der Gemeinschaften

Spannungsfelder anerkennen: Tourismus als Wirtschaftsfaktor contra bezahlbares Wohnen für Einheimische

Sammelspeicher Tourismus

Das "Ko-
Dorf" als
Konzept

Arbeiten,
Freizeit,
Urlaub und
Wohnen
verbinden

Bekanntheit
als
Destination
erhöhen

Wertschöpfung
aus dem
Tourismus
erhöhen

Impulse für
Ortsentwicklung

Qualität/
Nachhaltigkeit
als Leitziel
"Sanfter
Tourismus"

Sammelspeicher Identität und Heimat

gemeinsame
Projekte von
Nord und Süd
- von Kelmis
nach Ouren

Burgenrundweg
Ostbelgien:
Hergenrath/St. Vit
h als
gemeinsames
Projekt

Auch weiche
Standortfaktoren
Ostbelgiens
promoten

Landschaft als
harten
Standortfaktor
anerkennen

Kirchturmdenken
in Ostbelgien
verabschieden

EINE
regionale
Identität
Ostbelgien

Ostbelgien als
attraktiven
Wohnstandort
anerkennen und
dazu stehen

Sammelspeicher Freizeit und Kultur, Ehrenamt

Umfrage, Analyse nötig:
Dem Grund auf den
Zahn fühlen! // Was
macht ihr in der
Freizeit? // Womit seid
ihr zufrieden? Was
fehlt?

Tag der Kultur
einrichten,
strukturiert &
organisiert, fester
Tag,
generationen-überg
reifend

Die Eifel
braucht ein
Dorfhäus!

Einsatz von
Minibusses
(autonomes
Fahren!)

Sammelspeicher Regionales Bauen und Baukultur

Klare Regeln, wo modern
gebaut wird und wo
traditionell

Zersiedelung
begrenzen

Keine Flächen außerhalb
bebauter Zonen
ausweisen

Effekte der Baukultur, der
grünen Architektur...
werden erst in ein paar
Jahren erkennbar sein.

Sensibilisierung
für Baukultur

Definition
des Begriffs
Baukultur

Sensible Bereiche
identifizieren und
Erweiterung
verhindern

Wofür steht Ostbelgien?

1 regionale Identität möglich?

Identität

Kirchturmdenken ablegen

weg vom Konkurrenzdenken

Gemeinsamkeiten suchen

"Das Beste aus allen Welten": Mischkultur

Baukultur

Offenheit bewahren

Natur/Landschaft

Dorfleben

Bewusstsein schaffen und bewahren

gemeinsame Erinnerungen schaffen

Vereinsleben

gemeinsame Infrastrukturen schaffen

Muttersprache als Identität

Ostbelgien MITEinander leben 2040

gem. Werte

werteorientierte Gemeinschaft, = viel Dienstleistung

ein "regionales Heimatgefühl" entwickeln / regionale Identität stärken

Gemeinsames Gemeinschaftsgefühl: Wie schaffen wir das?

Fach Heimatkunde?

Ideen

ein Burgenweg durch Ostbelgien

Best Practices

Ostbelgien Festival

Bsp. Südtirol

Bsp. IBA Emscherpark > Stärkung regionaler Identität

Sammelspeicher Tourismus

Das "Ko-Dorf" als Konzept

Arbeiten, Freizeit, Urlaub und Wohnen verbinden

Bekanntheit als Destination erhöhen

Wertschöpfung aus dem Tourismus erhöhen

Impulse für Ortsentwicklung

Qualität/ Nachhaltigkeit als Leitziel "Sanfter Tourismus"

Sammelspeicher Identität und Heimat

gemeinsame Projekte von Nord und Süd - von Kelmis nach Ouren

Burgenrundweg Ostbelgien: Hergenrath/St. Vith als gemeinsames Projekt

Auch weiche Standortfaktoren Ostbelgiens promoten

Landschaft als harten Standortfaktor anerkennen

Kirchturmdenken in Ostbelgien verabschieden

EINE regionale Identität Ostbelgien

Ostbelgien als attraktiven Wohnstandort anerkennen und dazu stehen

Sammelspeicher Freizeit und Kultur, Ehrenamt

Umfrage, Analyse nötig: Dem Grund auf den Zahn fühlen! // Was macht ihr in der Freizeit? // Womit seid ihr zufrieden? Was fehlt?

Tag der Kultur einrichten, strukturiert & organisiert, fester Tag, generationen-übergreifend

Die Eifel braucht ein Dorfhaus!

Einsatz von Minibusses (autonomes Fahren!)

Wunsch nach mehr Kommunikation über das, was da ist!

Sammelspeicher Regionales Bauen und Baukultur

Klare Regeln, wo modern gebaut wird und wo traditionell

Sensibilisierung für Baukultur

Zersiedelung begrenzen

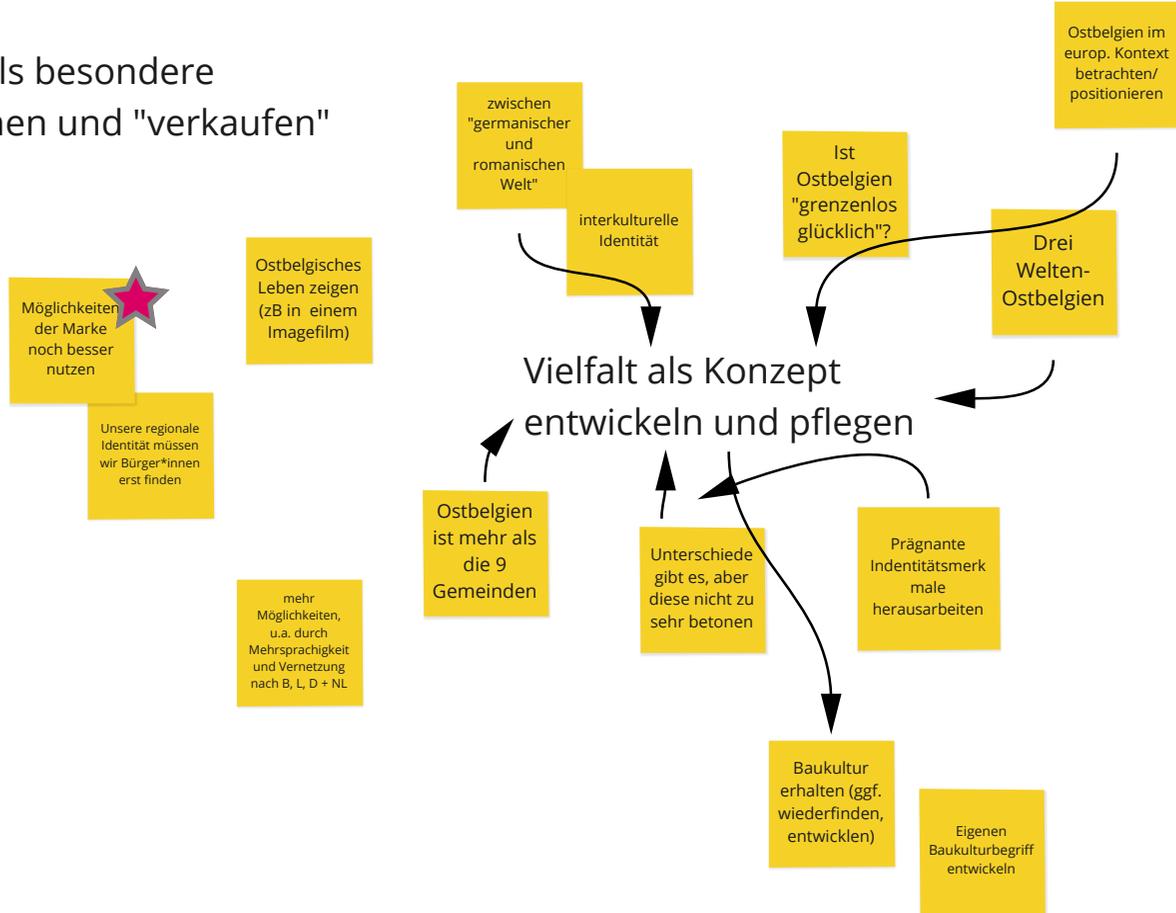
Keine Flächen zu bebauter Zonen ausweisen

Sensible Bereiche identifizieren und Erweiterung verhindern

Effekte der Baukultur, der grünen Architektur... werden erst in ein paar Jahren erkennbar sein.

Definition des Begriffs Baukultur

Vielseitigkeit als besondere Qualität ansehen und "verkaufen"



Genial: Ostbelgien grenzenlos glücklich!
Der Ort, wo man Glück erfährt.
Übrigens gibt es "Glücksmessungen".