

Sieben Ideen werden umgesetzt

Crowdfunding-Wettbewerb für touristische Vorhaben in Rheinhessen erfolgreich beendet

Von David Rech

RHEINHESSEN. Auf einem großen Werbebanner im Sparkassen Forum strahlen die rheinhessischen Hügel im Sommerlicht. Wanderer laufen durch die Weinberge und genießen anschließend rheinhessischen Wein. Deutschlands größtes Weinbaugebiet arbeitet hart daran, sich als attraktiven Urlaubsort zu verkaufen. Woraan es nicht fehlt, sind gute Ideen. Für solche wurden jetzt Projekte im Rahmen des touristischen Crowdfunding-Wettbewerbs „Ideenreich Rheinhessen“ mit finanzieller Unterstützung der Sparkassen ausgezeichnet.

Nach acht Monaten harter Arbeit ist der Wettbewerb abgeschlossen. „Abschluss klingt nach Ende“, sagt Frank Belzer, Vorstandsmitglied der Sparkasse Worms Alzey Ried, doch für einige kreative Köpfe ist es der Anfang. Sie können ihre Ideen nun in die Tat umsetzen. Als erster Crowdfunding-Wettbewerb in Rheinland-Pfalz und zweiter deutschlandweit sind alle Projektpartner stolz auf das Ergebnis. In nur sechs Wochen konnten Anfang des Jahres durch 1173 Unterstützer über 80 000 Euro gesammelt werden, mit denen nun sieben Tourismusprojekte finanziert werden: Die Krimiwanderung 2.0 in Ingelheim, die geheimnisvolle Bibliothek, das Tourismus Informationsmobil Timo, der kleinste Weinlaster der Welt, neues Leben im alten Stellwerk Armsheim, das Live Mixed Media Musical Hildegard von Bingen und Mo/ve/ments.

Besonders auszeichnen wollten die Sparkassen die Projekte mit den meisten Unterstützern. Die Nase vorne hatte hier das Armsheimer Projekt, das noch in den letzten Minuten sein Funding-Ziel von 10 000 Euro erreichte. 404 Unterstützer hatte Barbara Reif insgesamt gefunden. Dabei setzte sie vor allem auf konventionelle Wege und nicht das Internet. Sie ging von Tür zu Tür und sammelte die Spenden so ein.

Mit dem Begriff Crowdfunding hätten selbst viele Teilnehmer des Wettbewerbs zu Beginn nicht viel anzufangen gewusst, erzählt Silke Heck, Beraterin der BTE Tourismus und Regionalberatung. Dabei ist das Prinzip einfach. Auf Crowdfunding-Plattformen können „Starter“ ihre Projekte mit Bildern, Videos und Texten vorstellen. Dann wählen sie ein „Funding-Ziel“, also eine Zielsumme, die sie erreichen müssen, damit das Projekt finanziert werden kann. Schließlich ist die „Crowd“ gefragt, also Menschen, die das Projekt in Form von Spenden unterstützen wollen. In einem festgesetzten Zeitraum muss dann das Funding-Ziel erreicht werden. Ist das nicht der Fall, geht das Geld wieder an die Spender zurück.

Vorteile hat das nicht nur für die kreativen Köpfe hinter den Ideen. Burkhard Müller, Aufsichtsratsvorsitzender der Rheinhessen Touristik, unterstreicht, wie wichtig Projekte für die Region sind, die nicht in den Mainstream-Tourismus fallen: „Wir wollen Projekte fördern, die sonst vielleicht keine finanzielle Förderung bekommen würden.“ Thomas Bach, Leiter der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Sparkasse Mainz, sieht im Crowdfunding auch ein Instrument, um zu testen, was am Markt funktioniert und was nicht.

Vor acht Monaten startete das Projekt mit 90 Teilnehmern und dem Ziel, aus kreativen Ideen touristische Produkte zu machen. Es folgten eine Ideenwerkstatt, Einführung in das Crowdfunding, eine Produktwerkstatt – quasi ein Komplettangebot von der Idee bis hin zum Businessplan. Das war Dr. Alexander Schuler wichtig. Als Geschäftsführer der BTE hatte er den bundesweit ersten Crowdfunding-Wettbewerb in Fläming begleitet und wollte es in Rheinhessen noch besser machen. Zehn Projekte hatten es schließlich auf die Crowdfunding-Website geschafft. Sieben davon konnten ihre Funding-Ziele erreichen.



Sieben von zehn Projekten haben ihr Funding-Ziel erreicht und können ihre Ideen nun in die Tat umsetzen. Foto: BK/Axel Schmitz