Junge Vorbilder gesucht

AZUBI-STAR Die Initiative „Ausbildung bringt's" zeichnet engagierte Nachwuchskräfte aus

RHEINHESSEN (ple). Das Thema Ausbildung geht jeden etwas an, ist gute Bildung doch die Voraussetzung dafür, dass junge Menschen und mit ihnen die Gesellschaft, in der sie leben, eine gute Zukunftsperspektive haben. Deshalb muss darüber gesprochen werden. Und deshalb gibt es auch 2018 eine neue Runde der Initiative „Ausbildung bringt's".

Sie, liebe Leser, sind nun gefragt: Wer ist Ihr Azubi-Star? Bis zum 27. August können Sie für Ihren Favoriten abstimmen. Alle Finalisten finden Sie im Internet auf www.azubi-star.de.

Schirmherr des Preises Azubi-Star 2018 ist Hartmut Swietlik, Leiter der Mercedes-Benz Niederlassung in Mainz. Der Azubi-Star bekommt in diesem Jahr als Gewinn neben dem Titel auch eine individuelle Erlebnistour mit einem exklusiven Mercedes-Fahrzeug und einer Übernachtung für zwei Personen. Den Preis stiftet die Mercedes-Benz Niederlassung in Mainz. Die weiteren Finalisten können sich auf attraktive Sachpreise freuen, unter anderem über Eventgutscheine, einen Media-Markt-Gutschein, Eintrittskarten für den Kletterwald „Neroberg", Fußballkarten für den 1. FSV Mainz 05, einen Spargeschenkgutschein sowie ein Jahresabonnement „Print & Web Plus" dieser Zeitung. Die Übergabe der Preise ist im feierlichen Rahmen für den 11. September geplant. Der Hauptgewinner wird an diesem Abend gekürt. Ins Leben gerufen haben die Initiative „Ausbildung bringt's" die Industrie- und Handelskammer für Rheinhessen und die Handwerkskammer Rheinhessen gemeinsam mit der Allgemeinen Zeitung und der Wormser Zeitung. Mit der „Azubi-Star"-Urkunde sollen besonders kreative, engagierte und qualifizierte Auszubildende als Vorbilder für junge Menschen ausgezeichnet werden.

www.azubi-star.de

ABSTIMMEN

- Bis zum **27. August können die Leser den „Azubi-Star 2018" wählen**. Teilen Sie uns unter dem Stichwort „Azubi-Star 2018" den Namen Ihres Favoriten mit: per E-Mail an mein@azubi-star.de, per Fax an die Nummer 06131-2 62 15 06 oder per Post an die Initiative „Ausbildung bringt's", c/o IHK Rheinhessen, zu Händen Viktor Wilpert Piel, Schillerplatz 7, 55116 Mainz.
- Abgestimmt werden kann auch im Internet unter **www.azubi-star.de.**
- **Stimmabgaben** bitte (zur Teilnahme an der **Verlosung**) mit vollständiger Absenderangabe angeben. Anzugeben sind: Vor- und Zuname, Anschrift, E-Mail-Adresse und/oder Telefonnummer. Stimmabgaben mit mehreren Absendern oder mehrfache Meldungen eines Absenders (Sammelmail/-fax) können nicht berücksichtigt werden.
- Bei einer Stimmabgabe **per E-Mail** bitte im Betreff den Namen Ihres Azubi-Stars angeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.
- **Wer mitmacht, kann natürlich etwas gewinnen:** Diese Zeitung verlost einmal zwei Kinogutscheine inklusive Popcorn und Getränk für das Mainzer Cinestar.

Fotos: strichfiguren – AdobeStock

Mitdenken oder mitzahlen

PROJEKT IDEENREICH I Rheinhessen sucht per Crowdfunding-Wettbewerb neue touristische Highlights

Von Torben Schröder

RHEINHESSEN. Die Reiseregion Fläming ist das Vorbild. Die Kulturlandschaft an der Grenze von Brandenburg und Sachsen-Anhalt hatte Anfang des Jahres deutschlandweit den ersten Crowdfunding-Wettbewerb (siehe unten stehender Artikel) für Tourismus beendet. Eine Künstlerin sammelte Geld für ein Atelier, das für Workshops und Seminare geöffnet ist, alte Eisenbahnwaggons aus dem Brandenburger Wald wurden zu beheizbaren Schlafwagen ausgebaut, zur Aufwertung von Hotelzimmern wurden Upcycling-Designstücke entworfen. Und ein Elektro-Shuttle-Bus, genannt „Kranich-Express", führt die Besucher durch den ansonsten infrastrukturell nicht erschlossenen Naturpark.

Lauter Beispiele, wie touristisch wertvolle Ideen mithilfe von Schwarmfinanzierung in die Tat umgesetzt wurden. Ideen, die sonst kaum eine Chance auf Realisierung gehabt hätten, wie Dr. Alexander Schuler berichtet. Der Fremdenverkehrsexperte von der BTE Tourismus- und Regionalberatung war bei dem Projekt in Ostdeutschland federführend mit dabei – und hat das Ziel, dass das touristische Crowdfunding in Rheinhessen ein noch größerer Erfolg wird. „IdeenReich Rheinhessen" heißt das Projekt, das nun in Ingelheim seinen offiziellen Startschuss erlebt hat. Mit 70 Interessierten – so wie auch damals beim „Kick-Off" in Brandenburg.

Die Grundidee ist, durch neuartige, auf die Zielgruppen ausgerichtete Ideen auf dem touristischen Wachstumspfad zu bleiben. In den vergangenen zehn Jahren erlebte die Region Rheinhessen einen Zuwachs von 31,4 Prozent bei den Übernachtungszahlen, wie Burkhard Müller, Aufsichtsratschef der Rheinhessen-Touristik, vorrechnete. „Damit haben wir im Vergleich der Regionen den Spitzenplatz, und den würden wir gern behalten", betonte Müller. „Die Strategie sollte sich dabei auf die Innovation konzentrieren." Rheinhessen-Touristik-Geschäftsführer Christian Halbig spricht von „anders denken, quer denken, neue Ideen generieren, neue touristische Produkte entwickeln".

Eingebettet ist das Ganze in die Tourismusstrategie 2025. „Wir betreiben Tourismus erst seit 2006 in der Fläche professionell", rief Halbig in Erinnerung. Bei der Profilierung als Weinerlebnisregion komme es darauf an, sich auf potenzialträchtige Zielgruppen und Themen zu konzentrieren. Als zentrale Themenfelder haben sich Wein, Wandern und Radfahren entpuppt, neuerdings findet sich auch die Kultur in dieser Reihe wieder. Beim Wein liege, so Halbig, das Potenzial an Interessenten, die den Weg nach Rheinhessen finden könnten, deutschlandweit bei 23 Millionen Menschen. Immerhin noch 14 Millionen Bundesbürger könnten durch die Kultur angezogen werden.

Christian Halbig (Rheinhessen-Touristik) erhofft sich viele kreative Ideen für die Region.
Archivfoto: Thomas Schmidt

Doch dafür braucht es zum einen die touristische Infrastruktur. „Beim Ausbau der kommunalen Basisinfrastruktur sind auch die Kommunen gefordert", merkte Halbig an. Auch wettbewerbsfähige Rad- und Wanderwegnetze zählen zu den Notwendigkeiten, ebenso der Ausbau der Übernachtungskapazitäten – allesamt Themen, die aktuell bleiben. Doch all die Infrastruktur nützt nichts, wenn die Reiseanlässe fehlen. Und hier kommt das „IdeenReich" ins Spiel. Das Ziel ist, authentische Angebote zu finden, die auf die chancenreichsten Themen und Zielgruppen zugeschnitten sind. Halbig spricht von „typischen, lokalen, unverwechselbaren Besonderheiten". Kleine, überraschende Maßnahmen seien manchmal wichtiger für die Profilierung als die großen. Beispiele sind die „Winzerschaukeln", von denen es in Rheinhessen immer mehr gibt, die bestens frequentierte Winzeralm in Siefersheim mit Ausschank inmitten der Reben, die Bootsfahrten, mit denen sich über den Rhein die Stadt Mainz erkunden lässt, die Wein-Safaris im Jeep („das Planwagen-Upgrade"), die Tische des Weins oben in den Weinbergen oder die Oldtimer-Busse, die die Gäste durch die Region führen. Halbig blickt auch auf andere Regionen, nennt Kinosessel, die vor malerischen Gebirgslandschaften positioniert wurden, Gondelfahrten durch Bamberg, Schlafstrandkörbe an der Ostsee oder Zelte, die an einer Bergwand baumeln. Ideen, die das Regionaltypische in den Mittelpunkt rücken, die längst nicht überall umsetzbar sind. Und die man sich merkt.

Aktuelle Informationen zur „IdeenReich"-Aktion gibt es über Facebook und die Internetseite www.ideenreich-rheinhessen.de. In Fläming gingen letztlich 14 Projekte an den Start, vier erreichten beim Crowdfunding den Schwellenwert und wurden realisiert. „Aber auch andere Projekte sind letztlich umgesetzt worden", berichtete Schuler, „und in den Werkstätten sind Netzwerke und Kooperationen entstanden, auf die es im Tourismus ja ankommt." Die Medien- und Imagewirkung sei für die Region „unschätzbar" gewesen.

FAHRPLAN ZUR FINANZIERUNG

- Am Dienstag, **25. September**, 10 bis 14.30 Uhr, findet die **Ideen-Werkstatt im Hofgut Donnersberg**, Vendersheim, statt.
- Am Donnerstag, **18. Oktober**, steigt dann das erste „Webinar", also ein **Internet-Seminar**, von 17 bis 18 Uhr.
- Es folgt die **Produkt-Werkstatt** am Dienstag, **30. Oktober**, 10 bis 14.30 Uhr, im Coworking M 1, Mainz.
- Am **23. November** endet die **Frist zum Einreichen von Ideen**, die am 6. Dezember ausgewählt werden. Am 24. Januar findet das zweite „Webinar" statt, am 5. Februar die Coworking-Werkstatt.
- Die **finale Finanzierungsphase startet am 6. März** und endet am 17. April. Das Projekt insgesamt endet am **7. Mai** mit der **Abschlussveranstaltung**.

Der Schwarm mischt sich ein

PROJEKT IDEENREICH II Wenn ein Einfall Begeisterung weckt, dann findet er auch Unterstützer – und die dürfen ruhig Kritik üben

Von Torben Schröder

RHEINHESSEN. Das finanzielle Risiko ist gering, man erfährt direkt vom potenziellen Kunden, wie das eigene Produkt ankommt, und erhält Verbesserungsvorschläge, bevor es an den Markt geht. Das Crowdfunding hat in den Augen seiner Befürworter viele Vorteile. Bernhard Lorig darf sich „Crowdfunding Manager" nennen. Er arbeitet im Gründungsbüro der Technischen Universität und der Hochschule Kaiserslautern. Sein Team hat die Crowdfunding-Plattform „Ideenwald" ins Leben gerufen, die sich speziell an regionale Geschäftsideen in Rheinland-Pfalz und im Saarland richtet. Und dort wird die „IdeenReich Rheinhessen"-Kampagne laufen. „Dieser Contest wird Vorbildcharakter für die Region haben", ist sich Lorig sicher, „es ist ein tolles Instrument zur Entwicklung kreativer Ideen."

Worum geht es beim Crowdfunding? Es handelt sich um ein besonderes Modell zur Vorfinanzierung, das vor allem für Neugründungen und neue Geschäftsideen gedacht ist. Der Initiator präsentiert seine Idee, idealerweise mit Video, Bildern und Text, im Internet auf der Plattform. Die bekommt dafür Geld. Die „Crowd", also potenziell jedermann, wird auf die Idee aufmerksam, entwickelt Interesse, sichert eine Finanzspritze zu. Daher ist auch von Schwarmfinanzierung die Rede. Wird ein bestimmter Schwellenwert in einer bestimmten Zeit erreicht, wird das Geld abgerufen und das Projekt umgesetzt. Wird dieser Wert nicht erreicht, fließt auch kein Geld.

„Es geht nicht um eiskaltes Business-Kalkül, sondern darum, Menschen zu begeistern, Emotionen zu wecken", sagt Lorig, „die Crowd zu einem Teil des Projekts werden zu lassen, ist ein wichtiger Punkt." Das kann auch mit den „Dankeschöns" erfolgen – ideelle oder materielle Gaben, die der Initiator seinen Geldgebern für bestimmte Summen verspricht. Karten für eine dank Crowdfunding realisierte Theateraufführung oder signierte CDs bei der Finanzierung eines neuen Albums sind Beispiele.

Die heiße Phase der „IdeenReich"-Kampagne ist vom 6. März bis 17. April, wenn die Projekte, die vorher ausgiebig diskutiert und von einer Jury begutachtet worden sind, in die Finanzierungsphase gehen. Dann muss getrommelt werden, um Neugier zu wecken und Geldgeber zu finden. Ein willkommener Nebeneffekt: Die designierte Zielgruppe gibt schon vor der Produkt-Realisierung ihr Feedback, äußert Wünsche, platziert Kritik. Lorig rät zudem, selbst einmal ein anderes Projekt zu unterstützen, um die Abläufe kennenzulernen.

Mitmachen kann im Prinzip jeder, der ein Produkt oder eine Dienstleistung umsetzen möchte, die dem Tourismus in Rheinhessen dient – Einzelpersonen, Unternehmen, Gruppen, Netzwerke oder Ideengeber, die nicht aus der Region kommen, aber hier Projekte umsetzen wollen. Auch kommunale Initiativen sind denkbar. Die Rheinhessen-Touristik nennt als Musterbeispiele besondere Übernachtungsmöglichkeiten, ungewöhnliche Bewirtungskonzepte, innovatives Kulturarrangement, eine kreative Tagungslocation, ein überraschendes Aktiv-Angebot oder außergewöhnliche Führungen. Die Teilnahme am Wettbewerb ist kostenlos, und wer mit seinem Projekt die meisten Unterstützer findet, bekommt einen Sonderpreis der Sparkasse.

„Mit dem Wettbewerb präsentiert sich die Region Rheinhessen als zukunftsorientiert", findet Dr. Alexander Schuler von der BTE Tourismus- und Regionalberatung. Möglich ist auch, sich mit mehreren Ideen zu bewerben. Entscheidend sei, so Christian Halbig von der Rheinhessen-Touristik, der Mehrwert für die touristische Entwicklung in Rheinhessen.

AUF EINEN BLICK

„Burgberg under Vibes" in Ingelheim

INGELHEIM (red). Vom 23. bis 26. August steht der Ingelheimer Burgberg oberhalb der Burgkirche wieder ganz im Zeichen der Jungwinzer und ihrem „Burgberg under Vibes". Mit dabei sind Simone Adams, Jens Bettenheimer, Kristian Dautermann, Christian Stritter sowie Julius und Philipp Wasem. Das Fest gehört zu den jüngsten Festen der Region, die das Siegel „Rheinhessen ausgezeichnet" bekommen haben. Donnerstag, Freitag und Samstag startet das Ganze um 17 Uhr, am Sonntag um 11 Uhr. Wie immer bringt auch ein Shuttle ab der Burgkirche die Festbesucher an das Festgelände und auch zurück. Am Donnerstag gibt es einen Kulturauftakt mit einem Stummfilmklassiker und Live-DJ. Das Ganze ist in einer Kooperation mit der Ingelheimer Kultur- und Marketing GmbH und dem Mainzer Filmsommer entstanden. Weitere Informationen zum Fest gibt es im Internet auf www.bergundervibes.de.

RHEINHESSEN ERLEBEN

Wanderung am Herrenberg

OPPENHEIM (red). In der Reihe **„Sonntags 15 Uhr an der Rheinterrasse"** laden die Kultur- und Weinbotschafter für den **26. August** zu einer **Weinkulturführung am Oppenheimer Herrenberg** ein. Die Teilnehmer erfahren Interessantes über die Geschichte und Kultur von Rheinhessen und der Stadt Oppenheim. Bei einer kleinen Wanderung am Herrenberg wird Wissen über die Reben und den Weinbau vermittelt. Zum Abschluss winkt bei einer Weinprobe eine schöne Aussicht.

Die Teilnahme kostet 10 Euro pro Person inklusive einer kleinen Weinprobe. Treffpunkt ist der Marktplatz in Oppenheim. Infos unter Telefon 06133-7 03 59 oder per E-Mail an martin.frank@kwb-rheinhessen.de.

www.kultur-und-weinbotschafter-rheinhessen.de

▶ REDAKTION RHEINHESSEN

Sekretariat:
Gabriele Bös, Antje Kuli
Telefon: 06131-48-5875
06131-48-5865
Fax: 06131-48-5868

E-Mail: rheinhessen@vrm.de

Redaktion:
Anita Pleic -5943

Blattmacher:
Alexandra Eckhardt