

13. November 2012

Jugendliche aus der Metropolregion Rhein-Neckar für frische Tourismus-Ideen ausgezeichnet

- Gewinner aus Speyer, Buchen, Deidesheim, Weinheim, Ludwigshafen, Heidelberg und Lambsheim
- Preise im Wert von 5.000 Euro und Praktika vergeben



Stadt, Land, Heimat
Die Metropolregion Rhein-Neckar



Die Metropolregion Rhein-Neckar hat gestern beim 5. Tourismustag im Mannheimer Rosengarten die Sieger des Jugend-Wettbewerbs „Heimat neu erfahren: Frische Tourismus-Ideen für die Region“ prämiert. Für ihre neuen und kreativen Ansätze zur touristischen Vermarktung der Region wurden sechs Teams und drei Einzelbewerber ausgezeichnet. Der mit 2.000 Euro dotierte erste Preis ging an fünf Schüler des Gymnasiums am Kaiserdom Speyer für die [„Kaiserdom APP – App durch die Stadt“](#). Den zweiten Platz (1.000 Euro) sicherte sich die Geopark-AG des Burghardt-Gymnasiums Buchen für das Projekt „Eberstadter Erlebniswelten“. Über dritte Plätze (je 400 Euro) freuten sich Schüler der Integrierten Gesamtschule Deidesheim-Wachenheim („Brettspiel zur Metropolregion Rhein-Neckar“) und der Dietrich-Bonhoeffer-Realschule Weinheim („Weinheim – Sagenhaft“) sowie die Jugendredaktion „Zoom“ aus dem Haus der Medienbildung in Ludwigshafen („LUtopie“). Anerkennungspreise (je 200 Euro) gingen nach Heidelberg, Ludwigshafen und Lambsheim. Aufgabe der 12- bis 21-Jährigen war es, besondere Orte, Sehenswürdigkeiten oder Landschaften ihrer Heimat für Gäste aus dem In- und Ausland erlebbar zu machen. Insgesamt beteiligten sich 54 junge Menschen mit 27 Beiträgen am Wettbewerb. Zu den Unterstützern zählten neben Hotels auch zahlreiche Freizeit- und Kultureinrichtungen aus der Region, die in den kommenden Monaten attraktive Praktikumsplätze für einige der Gewinner anbieten.

„Es ist gar nicht so einfach, konzeptionell zu denken und die Ergebnisse dennoch prägnant und leicht verständlich aufzubereiten.“, so Autor Steffen Herbold stellvertretend für die Jury. „Diese komplexe Aufgabe haben die Jugendlichen prima gemeistert und tolle Ansätze für die touristische Vermarktung ihrer Heimat entwickelt“. Der Jury gehörten neben Repräsentanten der drei Landestourismusorganisationen auch Marketing- und Kommunikationsexperten sowie Vertreter der gemeinschaftlichen Regionalentwicklung an. Ralph Schlusche, Verbandsdirektor des Verbands Region Rhein-Neckar, dankte der Jury für die ehrenamtliche Begleitung des Wettbewerbs und betonte zugleich die Attraktivität der Reiseziele in der Metropolregion Rhein-Neckar.

Der Wettbewerb „Heimat neu erfahren: Frische Tourismus-Ideen für die Region“ ist Teil des Regionalentwicklungsprojekts „Die Metropolregion Rhein-Neckar – Stadt, Land, Heimat“. Mit diesem soll die Wahrnehmung für die Region bei den Einwohnern der Region gefördert und das Wir-Gefühl gestärkt werden. Hierzu macht das Projekt mit verschiedenen Aktionen aktuelle und historische Gemeinsamkeiten und Entwicklungen bewusst. Initiiert wurde es vom Verband Region Rhein-Neckar, der es in Kooperation mit dem Verein Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar und der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH umsetzt.

Ansprechpartner:

Edelgard Seitz
Verband Region Rhein-Neckar
Tel.: 0621 10708-54
edelgard.seitz@vrrn.de
www.m-r-n.com/slh

Florian Tholey
Metropolregion Rhein-Neckar GmbH
Tel.: 0621 12987-43
florian.tholey@m-r-n.com

Die Preisträger im Detail

1. Preis (€ 2.000): Kaiserdom APP - App durch die Stadt

Für ihr Projekt [„Kaiserdom APP – App durch die Stadt“](#) wurde der erste Preis im Wert von € 2.000 dem **„Projektteam Gymnasium am Kaiserdom Speyer“** mit Niels Münzenberger, Johannes Schantz, Leonard Nürnberg (alle Speyer), Benedikt Dassler (Dudenhofen) und Fabian Kögel (Römerberg) zuerkannt. Die 16- bis 18-Jährigen haben mit Unterstützung von medien + bildung.com (Ludwigshafen) den Prototyp eines Stadtspiels entwickelt, mit dem man per Smartphone und einer App auf spannende, spielerische und witzige Art (in diesem Fall) die altherwürdige Domstadt erkunden kann. Niels Münzenberger wird bei der Stadtmarketing Mannheim GmbH ein Praktikum machen.

Betreuer: Dr. Peter Dauscher (Gymnasium), Steffen Griesinger und Marco Teufel (m+b)

2. Preis (€ 1.000): Eberstadter Erlebniswelten

Die 19-jährigen Marcel Großkinsky, Timo Roos (beide Buchen) und Daniel Speth (Mudau-Mörschenhardt) haben im Rahmen der Geopark AG des **Burghardt-Gymnasiums Buchen** unter dem Motto „Eberstadter Erlebniswelten“ mit einem frischen Ansatz neue, fundiert ausgearbeitete Konzepte für Führungen durch die Eberstadter Tropfsteinhöhle und Ideen zur Umgestaltung eines Steinbruchs zu einem Höhlenpark entwickelt.

Betreuer: StD Jochen Schwab

3. Preis (€ 400): Brettspiel zur Metropolregion Rhein-Neckar

Das „Brettspiel zur Metropolregion Rhein Neckar“ überzeugte mit sorgfältig ausgearbeiteten Fragen- und Aktionskarten. Entwickelt wurde es von 14- und 15-jährigen Schülern der **IGS Deidesheim/Wachenheim** (bei Einreichung Klasse 8): Natascha Arnold (Freinsheim), Lea Ohler (Lambrecht), Lorenz Kirsch (Ellerstadt), Patrick Sutter, Alexander Ruschmaritsch, Lukas Damm und Yönel Özdünzenciler (alle Haßloch).

Betreuer: Dr. Frank Laska

3. Preis (€ 400): "Weinheim - Sagenhaft"

Das Quiz „Um den Weinheimer Marktplatz herum“ wurde von einer 12- bis 14-jährigen Schülergruppe (bei Einreichung Klasse 6.2.1) der **Dietrich-Bonhoeffer-Realschule Weinheim** entwickelt, bestehend aus Aaron Fernandez Civico, Jill Hott, Larissa Wolff, Kira Herzberger und Tobias Weithofer (alle Weinheim). In ihrer Broschüre, die auch zur App werden könnte, verbergen sich hinter zehn Bildausschnitten, aufgenommen in der Nähe des Weinheimer Marktplatzes, 14 (nacherzählte) Sagen.

Betreuer: Rainer Burger

3. Preis (€ 400): „LUtopie“

Das Projekt „LUtopie“ wurde vom Team der **Jugendredaktion „ZOOM“ aus Ludwigshafen** entwickelt: Janina Mantay, Michèle Kraft, Oliver Ruppnich und Cathrine Kraft. Die 16- bis 20-Jährigen fragten sich, wie in Zukunft der Tag eines Besuchers in ihrer Stadt aussehen könnte und entwarfen daraufhin eine touristische Vision für Ludwigshafen. „LUtopie - Ideen für neue touristische Angebote/Infrastrukturen in Ludwigshafen“ wurde als Konzept und mit einer Art Hörspiel eingereicht. Janina Mantay wird ein Praktikum bei der Heidelberg Marketing GmbH absolvieren, Michèle Kraft bei der Touristinformation Speyer, Oliver Ruppnich im Luisenpark bei der Stadtpark Mannheim GmbH und Cathrine Kraft bei den Reiss-Engelhorn-Museen Mannheim.

Betreuer: Katja Mayer, Leiterin des Hauses der Medienbildung

Anerkennungspreis (€ 200): Ein Herz für Heidelberg

„...auch Heidelberg verdient einen Platz, an dem sich Liebespaare, aber auch Familien oder Freunde verewigen können...“ meinen die beiden **Heidelberginnen Franzi (12) und Dominique Quack (20)** und präsentierten auch gleich wie und wo: „...wenn man von der Altstadt über die Alte Brücke läuft, gibt es rechts unterhalb der Brücke eine große nackte Sandsteinwand direkt am Ufersteg, die sich für ein großes Herz aus Metall, an dem Schlösser befestigt werden, eignet...das würde außerdem das Problem aus der Welt schaffen, dass manche Leute in Heidelberg die Schlösser an der Alten Brücke anbringen...“.

Anerkennungspreis (€ 200): „Stadt und Land - Hand in Hand“

Konkrete Ideen zur Vernetzung von Tourismusangeboten in der Region hatte auch **Lisa Steil (18) aus Ludwigshafen**: „Stadt und Land - Hand in Hand“. Sie will mehr Kooperation zwischen den Großstädten und den ländlichen Räumen, bündelt unterschiedliche touristische Angebote in Paketen und sagt: „...Die Metropolregion Rhein-Neckar verbindet Stadt mit Land, Erlebnis mit Ruhe, Städtetrip mit Aktivurlaub, Shopping mit Natur, Hochhaus mit Burg, Aktion mit Wellness, jung mit Alt...“.

Anerkennungspreis (€ 200): „MRN DiscoverCard“

Yannick Schmidt (20) aus Ludwigshafen macht mit seiner aufwendig ausgearbeiteten Idee „MRN DiscoverCard - Entdecken Sie die Metropolregion“ den öffentlichen Personennahverkehr zum Motor für Vernetzung: Eine touristische Kombifahrkarte als Führer durch die Region.

Anerkennungspreis (€ 200): Souvenir-Vase "Hasalaha"

Alexander Walther (20) aus Lamsheim kreierte für Haßloch „Die Souvenir-Vase Hasalaha“, eine Vase mit einem Haselnusszweig, der die wahre Herkunft des Ortsnamens Haßloch per charmantem Merchandising erklärt: „Haselnussstrauch am (fließenden) Wasser“.

Betreuer: Jens Wodzak, Akademie für Kommunikation Mannheim

Die Jury des Wettbewerbs:

- Andreas Braun, Geschäftsführer der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg
- Susanne Grasegger, dwif-Consulting GmbH
- Steffen Herbold, Creative Director der Agentur bfw-tailormade
- Dr. Achim Schloemer, Geschäftsführer der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH
- Ralph Schlusche, Verbandsdirektor des VRRN und Geschäftsführer der MRN GmbH
- Andreas Schneider, Geschäftsführer der Agentur bfw-tailormade
- Stefan Zindler, Leiter des Tourismus- und Kongressmarketing der HA Hessen Agentur GmbH