

# Geistesblitz für Rheinhessen

**PILOTPROJEKT** Region startet eine Crowdfunding-Plattform für Ideen, die dem Tourismus dienen sollen

Von Anita Pleic

**RHEINHESSEN.** Vorreiter sein, kreativ und dynamisch neue Ideen umsetzen, das haben sich die Rheinhessen schon lange zum Markenkern gemacht. Und das findet noch einmal Bestätigung in einem neuen Projekt, das die Rheinhessen-Touristik in den kommenden Monaten umsetzt. An Bord sind dabei auch die Wirtschaftsfördergesellschaften der beiden rheinhessischen Landkreise und der Städte Mainz und Worms. „Das ist ein klarer und toller Fingerzeig der Region. Wir wollen uns weiter als Produktentwickler profilieren, und in dieser Form hat das deutschlandweit für die Tourismusbranche schon Pilotcharakter“, fasst Christian Halbig, Geschäftsführer der Rheinhessen-Touristik, zusammen.

## Mehr Menschen investieren in die Region

Von August dieses Jahres bis zum April des kommenden Jahres wird die touristische Ideenschmiede angelegt, in Form eines Contests. Kreativköpfe können ihre Ideen für die rheinhessische Tourismusbranche einbringen und die Marktrelevanz testen. „Das Ziel ist es, Leistungsträger über Produktentwicklung, Inszenierung und alternative Finanzierungsformen zu informieren sowie sie gezielt in der Markterschließung und Finanzierung ihrer Produkte zu unterstützen“, erläutert Halbig. Kooperationspartner sind die Unternehmen Startnext und BTE Tourismus- und Regionalberatung. Die Verbindung von Rad, Wandern und Kultur zum Weinerlebnis soll auch hierbei im Vordergrund stehen. Schließlich ist das für die Region das Pfund, mit dem sie wuchern kann. Welche neuen Angebote da generiert werden



Die Region ruft gemeinsam ein Crowdfunding-Projekt ins Leben.

Foto: Rawpixel.com - Fotolia

können, wird die Zeit zeigen. Dass die Gäste in der Region genau solche Angebote nachfragen, steht fest. Umso mehr freut sich Halbig über private Initiativen, die in die Region investieren und so auch auf die positive Entwicklung der Tourismuszahlen in Rheinhessen einzahlen.

„Was in den letzten Jahren zum Beispiel in Ingelheim entstanden ist, in Alzey oder auch in Westhofen mit dem Gut Leben am Morstein, das ist natürlich eine sehr tolle Entwicklung“, beschreibt Halbig. Und es ist offenbar auch ein Ergebnis des Jubiläumjahres, das gerade das Selbstbewusstsein der Rheinhessen, aber auch ihr Engagement für die Region befördert hat. „Das war für mich

der größte Nutzen des Jubiläumjahres. Heute sind mehr Rheinhessen bereit, etwas für die Region zu tun“, beobachtet Halbig.



## Rheinhessen

Das ganze Projekt passt unterdessen in die von der Rheinhessen-Touristik fokussierte Zielgruppenorientierung ihrer Arbeit. Dabei zeige sich auch, dass Rheinhessens Gäste besonders stark die Qualitätsprodukte nachfragen. Die Pre-

miumwanderwege etwa, „Rheinhessen ausgezeichnet“-Produkte und -Orte sind solche Qualitätsprodukte der hiesigen Tourismusbranche. Das lassen auch die Zahlen erkennen, die eine Analyse der Klickzahlen auf [www.rheinhessen.de](http://www.rheinhessen.de) ergab. 2017 verzeichnete man 2,3 Millionen Seitenaufrufe von 470 000 Nutzern. Unter den meistgeklickten Themen: Hiwweltouren, Weinfeste, Rheinterrassenweg. Umso wichtiger ist für das Team um Halbig die Digitalisierung. Hochwertigen Content möchte man liefern, bedient mit diesen Inhalten neben der Homepage auch den Rheinhessenblog oder soziale Netzwerke wie Facebook. Redaktionelle Inhalte kommen in Zusammenarbeit

## GEKLICKT

- Nicht nur die Übernachtungszahlen steigen (wir berichteten) in Rheinhessen, auch die **digitalen Besuche in der Region nehmen zu**. So steigerten sich die Zugriffszahlen auf das Hauptportal [www.rheinhessen.de](http://www.rheinhessen.de).
- 2017 wurden **2,3 Millionen Seitenaufrufe** gezählt von 470 000 Nutzern.

mit Rheinhessenwein. Auch und gerade für den digitalen Bereich könnten kreative Ideen über das Crowdfunding-Projekt interessant werden. Darauf, so Halbig, lege man den Fokus.