

Mit dem Wettbewerb „FlämingSchmiede 2017“
will der Tourismusverband Fläming als
Geburtshelfer für kreative Ideen fungieren

Eine Schmiede für kreative Ideen

Bislang wird Crowdfunding im Tourismus nicht eingesetzt, um kreative Ideen für die Region umzusetzen. Der Wettbewerb „FlämingSchmiede 2017“, ein Pionier auf diesem Gebiet, fordert die Menschen in der Region nun auf, die Marke Fläming aktiv mitzugestalten.

9,7 Millionen Euro – dieser Betrag konnte laut einer Auswertung des Existenzgründer-Portals Für-Gründer.de mit Sitz in Friedberg und der Wirtschaftskanzlei Dentons, ansässig in Berlin, im vergangenen Jahr mittels Crowdfunding eingesammelt werden. Eine beachtliche Summe, wenn man bedenkt, dass das Geld fast ausschließlich von einzelnen Privatpersonen stammt, die auf Crowdfunding-Plattformen wie Startnext oder VisionBakery die unterschiedlichsten Projekte jeder Größenordnung unterstützen. Interessant ist außerdem: Die Gesamtsumme von fast zehn Millionen Euro wurde 2016 für 1.158 Projekte eingesetzt, die im Schnitt 8.368 Euro einsammelten.

Auch wenn die Werte im Vergleich zum Jahr 2015 leicht rückläufig sind (Einnahmen: 9,8 Mio. Euro, finanzierte Projekte: 1.213), werden anhand der Analyse zwei Dinge deutlich: Erstens ist die deutsche Gesellschaft bereit, für innovative und neuartige Projekte zu bezahlen, egal ob es sich dabei um die Finanzierung für ein Kinderbuch oder den Erhalt einer Kulturinsel einer Stadt handelt. Zweitens bietet der hiesige Markt durch seine Vielzahl an kreativen Menschen eine große Innovationskraft.

Zur letztgenannten Erkenntnis kam auch Daniel Sebastian Menzel, als er vor zwei Jahren mit dem Tourismusverband Fläming e.V., der seinen Sitz im brandenburgischen Beelitz hat, einen Markenbildungsprozess für die Reiseregion vollzog. Der Geschäftsführer erklärt: „Wir haben uns damals zum Ziel gesetzt, herauszufinden, wofür die Region Fläming im Kern steht und welche Werte sie auszeichnet. Eines der Ergebnisse war die Feststellung, dass es bei uns viele Menschen

gibt, die kreativ und innovativ sind und Mut haben, ihre Ideen in der Region umzusetzen. Darauf wollten wir aufbauen.“

Zur Einordnung: Der Fläming ist eine länder- und kreisübergreifende Region südlich von Berlin im Städtedreieck Berlin/Potsdam, Magdeburg und Leipzig, die bei Bewohnern und Touristen als Wandergebiet und durch die „Flaeming-Skate“ (ein Skating- und Radwegesystem) bekannt ist. Das Gebiet umfasst die Brandenburger Landkreise Potsdam-Mittelmark und Teltow-Fläming sowie in Sachsen-Anhalt die Landkreise Jerichower Land, Anhalt-Bitterfeld und Wittenberg. Der Name Fläming stammt von den Flamen aus Belgien, die dieses Gebiet einst besiedelten.

Außerdem gilt der Fläming mit 1,2 Millionen Übernachtungen und knapp 500.000 Gästen im Jahr 2016 als eine der stärksten Reiseregionen in Brandenburg.



der Fläming

Mit dem neu gestalteten
Fläming-Logo besinnt sich
die Region auf die Geschichte
der Flamen zurück

NEUE MARKE FLÄMING ALS AUSLÖSER

Im März 2016 wurde die neue Destinationsmarke, in deren Mittelpunkt der Pioniergeist und die Kreativität der Reiseregion Fläming stehen, auf der Tourismusmesse ITB vorgestellt. Seitdem nutzt der Tourismusverband verschiedene Gelegenheiten, um die definierten Markenwerte (aktiv, wertvoll, ursprünglich und lecker), die als Leitlinien für das touristische Marketing fungieren, nach außen zu vermitteln. In diesem Jahr entschied sich der Verband, noch einen Schritt weiterzugehen und die kreativen Köpfe aktiv in die Festigung der Destinationsmarke einzubeziehen.

Umgesetzt wird dies aktuell durch die „FlämingSchmiede 2017“, ein Crowdfunding-Wettbewerb für die touristische →

Produktentwicklung. Ziel sei es, „außergewöhnliche Geschäftsideen zu fördern und damit die Positionierung des Flämings als kreative Reiseregion zu stärken“. Menzel sagt: „Wir haben ganz klar einen Bedarf bei den kreativen Akteuren im Fläming gesehen. Denn es fehlt ihnen zwar nicht an tollen Ideen oder in vielen Fällen an Eigenkapital, sondern oftmals an der Fähigkeit, die Menschen – sei es Kreditgeber, potenzielle Kooperationspartner oder sogar unterstützende Endkunden selbst – von ihrer Idee zu überzeugen. Deshalb wollten wir ein Stück weit Geburtshelfer für kreative Ideen sein, der Impulse gibt und Raum bietet.“

Auch Dr. Alexander Schuler hat Bedarf in diesem Bereich gesehen. Denn für ihn stehen Tourismus- und Touristikdienstleister in den Regionen aktuell vor zwei Hürden: Einerseits müssten die Reisegebietsorganisationen die Leistungsträger verstärkt für Werkstätten motivieren, um Produkte zu entwickeln, die dann auf die Marke einzahlen sollen. Andererseits verstünden letztere den Mehrwert der Werkstätten manchmal nicht, wollen aber schnell Erfolge sehen. Schuler ist als geschäftsführender Gesellschafter der BTE Tourismus- und Regionalberatung, Berlin, Mitinitiator der FlämingSchmiede und stellte den Kontakt zu Markus Sauerhammer, Leiter Kooperationen von der Crowdfunding-Plattform Startnext mit Sitz in Dresden, her.

Als weitere Partner ebenfalls mit im Boot sind die IHK Potsdam, die Wirtschaftsförderungen der Landkreise Teltow-Fläming und Potsdam-Mittelmark sowie das Clustermanagement Tourismus des Landes Brandenburg.

WETTBEWERB MIT DREI PHASEN

Doch was genau steckt hinter der „FlämingSchmiede 2017“? Im Mittelpunkt stehen touristische Vorhaben von Unternehmen und Personen sowie Neuentwicklungen in der Region, die im Idealfall als Produkte für die Destination dienen. Dabei teilt sich der Wettbewerb in drei Phasen auf:

In der Bewerbungsphase vom 1. September bis Ende September 2017 können Interessierte Ideen einbringen. In der zweiten Phase, dem juristischen Prüfungsverfahren, werden die Ideen von der anspruchsvollen Jury des Tourismusverbandes Brandenburg geprüft. In der dritten Phase, der Realisierungsphase, werden die besten Ideen in Zusammenarbeit mit den Unterstützern in die Tat umgesetzt.

„Realisierbarkeit“ erfüllten. Diese traten im Anschluss automatisch in die Qualifizierungsphase ein, in der sie derzeit mithilfe von Webinaren und Coachings für die Präsentation auf der Plattform vorbereitet und angepasst werden. Vom 18. November 2017 bis 12. Januar 2018 (insgesamt 55 Tage) haben die Einreicher dann Zeit, auf Startnext für ihr Projekt die Werbetrommel zu rühren und ihr selbst festgelegtes Finanzierungsziel zu erreichen. Der besondere Anreiz der FlämingSchmiede: Drei ausgewählten Vorschlägen, die bis zum 19. Dezember die meisten Unterstützer vorweisen können, winken zusätzliche Preisgelder in Höhe von 3.000, 2.000 und 1.000 Euro, die sie in die Umsetzung investieren können.

Anne Theil, die die Kommunikation bei Startnext innehat, sagt: „Die FlämingSchmiede ist mit dem Crowdfunding in der Tourismusbranche ein absolutes Novum. Lediglich erste Versuche einer ähnlichen Initiative wurden gegeben. So zum Beispiel die „Tourismusorientierte Crowdfunding-Plattform der Thüringer“ im Jahr 2015, die für den Tourismuspreis nominiert wurde. Die Umsetzung einer solchen Initiative ist es bislang noch nicht gelungen.“

GEMEIN

Für Markus Sauerhammer, Leiter Kooperationen von der Crowdfunding-Plattform Startnext mit Sitz in Dresden, ist die FlämingSchmiede ein wichtiger Baustein für die Entwicklung der Region.

Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen Public Marketing-Ausgabe ab Seite 12 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren Sie jetzt hier!