

Sympathieträger Sammy: Maskottchen der Nationalparkregion ist noch zu wenig bekannt

Seit gut eineinhalb Jahren gibt es Sammy. Doch so richtig bekannt ist das Maskottchen der Tourismusregion Hunsrück-Hochwald noch nicht. Das soll sich nun ändern. Die Katze im Rangeroutfit gibt es rechtzeitig zur Sommersaison jetzt auch im Fahrradtrikot und -helm sowie mit Wanderkleidung. Damit sollen die vielfältigen Angebote und Aktivitäten in der Nationalparkregion beworben werden, kündigt Alexander Hauck, Geschäftsführer des Regionalentwicklungsvereins (REV), an.



Sammy mit einer seiner Schöpferinnen, Jutta Melsheimer, von der Berliner Agentur „bildbad“. Foto: „bildbad“

Richtig losgehen wird es mit der Vermarktung aber wohl erst 2023, wenn auch wieder ein Nationalparkfest im Terminkalender steht. Denn die Vermarktung soll an Private vergeben werden. Die Ausschreibung dazu werde bis zum Sommer veröffentlicht, kündigen Hauck und VG-Bürgermeister Uwe Weber (Herrstein-Rhaunen), der Vorsitzende des Vereins, im Pressegespräch mit der NZ an.

Im Jahr 2020 war im Rahmen eines öffentlichen Wettbewerbs von einer unabhängigen Jury ein Sympathieträger für die Nationalparkregion Hunsrück-Hochwald ausgewählt worden. Fast 50 Vorschläge wurden eingereicht. Einzige Vorgabe für die neue Identifikationsfigur war die Orientierung an einer Wildkatze, für die nicht nur jeweils ein zwei- und dreidimensionales Modell, sondern auch ein Storytelling (also eine Geschichte) mit eingereicht werden sollte. Da der Wettbewerb für alle offen war, beteiligten sich nicht nur professionelle Agenturen, sondern auch Privatpersonen, darunter viele Schüler und Jugendliche, die mit ihren Ideen ein reichhaltiges Spektrum an Vorschlägen vorlegten, wie Hauck unterstreicht.

Sieger wurde Sammy, eine Katzenfigur im Rangerdress, kreiert von den beiden Diplom-Designern Jutta Melsheimer und Kai Hofmann aus Berlin, die mit ihrem Grafikstudio „bildbad“ auf Illustrationen, Erklärvideos und Animationen spezialisiert sind. Beide haben Wurzeln im Saarland sowie an der Mosel und fühlen sich der Nationalparkregion auch heute noch sehr nah.

Sammy soll für Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit stehen, dabei aber keine Konkurrenz zur Keltenkatze des Nationalparks sein, sondern vor allem touristisch und im Merchandising genutzt werden. So soll das Maskottchen, das zwischenzeitlich als Wort-/Bildmarke beim Deutschen Patentamt angemeldet ist, auf Briefköpfen und E-Mails auftauchen. Geplant sind auch Merchandising-Artikel wie Tassen, T-Shirts oder auch Plüschtiere, die dann in den Tourist-Infos, aber auch in Gastronomie und Hotellerie angeboten werden. Sammy soll Sympathieträger für die Region werden – für Einheimische wie für Touristen.

Die Mitglieder des Regionalentwicklungsvereins, die Landkreise, die Tourist-Informationen und alle REV-Partner können das Maskottchen beziehungsweise das Logo für nicht kommerzielle Zwecke bereits jetzt einsetzen. Für die gewerbliche Nutzung fällt eine Lizenzgebühr an. Im nächsten Schritt soll eine Verwendungsrichtlinie erarbeitet werden. Dazu trifft sich der REV-Vorstand im April.



Auch Edelsteinkönigin Bettina Reiter hat sich schon mit Sammy angefreundet. *Reiner Drumm (Archiv)*

Ein weiteres Projekt des Vereins ist die Fortführung des Bildungsnetzwerks Hunsrück-Hochwald. Koordinatorin Carmen Grasmück hat bislang drei Verbandsgemeinden (Thalfang, Herrstein-Rhaunen und Baumholder) abgearbeitet, alle Sehenswürdigkeiten und regionalen Bildungsorte und Ausflugsziele vom Biobauernhof bis zum regionalen Museum gesammelt und in einem bereits imposanten Ordner systematisiert und an die Kindergärten und Schulen der Region verteilt. Eine neue, zeitgemäße Form von Heimatkunde: Die Kinder lernen im Klassen- oder Kitaverband oder auch beim Ausflug mit der Familie ihre Heimat besser kennen und sehen, wie viel sie zu bieten hat. In Arbeit ist derzeit die VG Hermeskeil. Auf der To-do-Liste stehen dann noch die Einheitsgemeinde Morbach, die VG Birkenfeld und die Stadt Idar-Oberstein. Auf saarländischer Seite liegt bereits alles vor: Das dortige Bildungsnetzwerk Kultur- und Landschaftsinitiative St. Wendeler Land stand Pate für das Spiegelprojekt in Rheinland-Pfalz. Problem: Die Finanzierung der Stelle von Carmen Grasmück, die bislang über die Fördertöpfe der LAG Erbeskopf erfolgt, läuft im Oktober aus. Jetzt macht sich der Vorstand intensiv Gedanken, wie es weitergeht.



So sieht eine der ersten Verwendungen des Maskottchens aus.

Ein neues Projekt des REV ist der „Urlaubskompass“, der in der VG Birkenfeld bereits im Einsatz ist und seinen Ursprung in der Parternationalparkregion Schwarzwald hat. Es handelt sich um ein digitales System zur Gästeinformation und Besucherlenkung, das REV-Chef Alexander Hauck gern auf die komplette Nationalparkregion ausweiten würde. Der „Urlaubskompass“ liefert digital vorhandene Daten aus unterschiedlichsten Bereichen (Tourismus, Forstämter, Nationalparkamt, ÖPNV-Fahrpläne, Wetterdienste), die automatisiert zusammengeführt werden und Urlauber umfassend darüber informieren, wie am Tag des geplanten Ausflugs das Wetter wird, welche Busse zum Startpunkt der Wanderung fahren oder wo Parkplätze zu finden sind und ob diese frei sind. Auch Öffnungszeiten von Restaurants sollen abrufbar sein.

Sperrungen von Wanderwegen oder Ausfälle im ÖPNV werden gemeldet. Die Infos speisen sich in Echtzeit aus vorhandenen Datenbanken und werden auf alle Endgeräte ausgespielt – dem Fernseher im Hotel wie auf dem Smartphone unterwegs – wenn man denn Netz hat. Zudem sind moderne Infoterminals an stark frequentierten Orten wie in Innenstädten, an Bahnhöfen oder in Tourist-Infos denkbar.

Mehr Informationen gibt es im Internet unter der Adresse www.regionalentwicklungsverein.de

Von unserem Redaktionsleiter Stefan Conradt