

Drei Länder, ein Projekt, kein Name

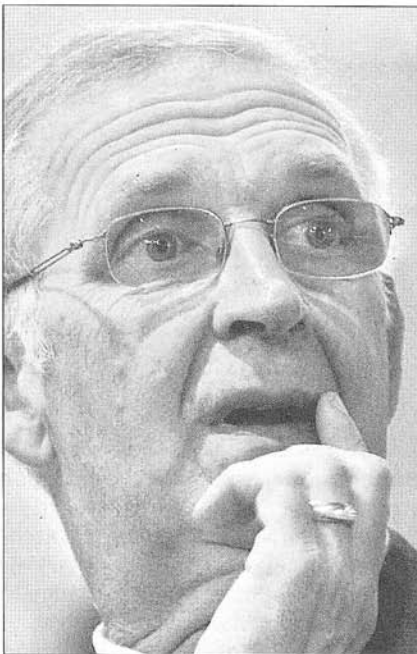
Metropolregion Oberrhein startet ihre gemeinsame Tourismusvermarktung – und sucht händeringend einen Begriff, der alle vereint

VON UNSERER KORRESPONDENTIN
CONSTANCE FREY

STRASSBURG. Alle für einen, einer für alle – auf diesen Nenner könnte man das neue Projekt bringen, das die Metropolregion Oberrhein am 1. Mai gestartet hat: Vom französischen Straßburg bis in den Schweizer Jura und zum deutschen Hochrhein wollen 26 Partner gemeinsam für die touristische Destination werben.

Allein, es fehlt der Name, bei dem Touristen in aller Welt klar wird, dass der Flecken Erde entlang des Rheins ab Karlsruhe abwärts gemeint ist. „Wir haben starke Marken wie das Elsass, den Schwarzwald oder Basel, aber uns fehlt die Überschrift“, gibt Bernd Dallmann, Direktor der Freiburg Wirtschafts und Tourismus Marketing, zu bedenken. Er leitet das Zwei-Millionen-Euro-Projekt federführend, für das die EU am 17. Juni noch ihren Zuschuss bewilligen soll.

Ein Ja gilt freilich als sicher. Wie die Destination heißen soll, muss eine Arbeitsgruppe hingegen noch entscheiden.



Macht sich viele Gedanken über die Metropolregion: Bernd Dallmann

FOTO: MICHAEL BAMBERGER

„Oberrhein“ trifft es vermutlich am besten. Aber, winkt ein französischer Journalist ab, darunter verstünden seine Landsleute nur Bahnhof. Ein anderer schlägt „Im Herzen Europas“ vor, weil ja das Europaparlament in Straßburg in der Region liege. Das nennen die Tourismusexperten freundlich „interessant“, weisen aber darauf hin, dass damit fast jeder in Europa werbe. Und Oliver von Allmen, Direktor von Baselland Tourismus, erinnert sich noch an den Kampf, bis das Kunstwort „Trirhena“ zum Vorgängerprojekt dieser Tourismusoffensive herauskam. Man habe es eigentlich aufgegeben, mit dem Namen eine Marke etablieren zu wollen. „Dafür sind wir als Destination einfach zu klein“, sagt der Schweizer.

Das soll jetzt anders werden. Schließlich zählt die Metropolregion insgesamt 17 Millionen Übernachtungen im Jahr und kann es allein von dieser Zahl her aufnehmen mit Regionen wie der Toskana oder Südtirol. Nur, wie soll das Kind denn nun heißen? Adrien Zeller, Präsident des elsässischen Regionalrats zitiert dazu ei-

ne Anekdote, die ihm im südkoreanischen Seoul passiert ist. Bei seinem Versuch, Studenten zu erklären, wo denn Straßburg, Basel und Freiburg liegen, habe er in ratlose Gesichter geblickt.

**Wo das Biovalley liegt,
wissen sogar die Koreaner**

Bis er das Wort „Biovalley“ fallen ließ –

so heißt das Projekt der Metropolregion, in dem Unternehmen und Universitäten aus den Bereichen Biotechnologie und Biomedizin (Life Science) der drei Länder zusammenarbeiten. Und siehe da, die Koreaner wussten, wo das „Bio-Tal“ liegt. „Um diese Marke zu etablieren, hat es rund zehn Jahre gebraucht“, sagt Dallmann, „beim Tourismusprojekt wird es

schneller gehen.“ Er setzt dafür fünf Jahre an, zwei Jahre mehr, als das Projekt finanziert ist. Namensvorschläge sind übrigens willkommen – inklusive touristisches Anschauungsmaterial. Denn Bernd Dallmann hat bei einer Recherche nur einen Bildband über die Metropolregion Oberrhein gefunden. Und der zeige Biotope.