

# Internationale Tipps für das Regionalmarketing

## Das neue Hochschulprogramm „Hessen Global“ führte neun Studierende aus aller Welt nach Fulda

Von **Claudia Köhler**

FULDA Nachhaltigkeit war das bestimmende Thema des hessischen Hochschulprogramms „Hessen Global“. Dazu kamen neun Studierende aus sechs Ländern nach Fulda und erarbeiteten in einem zweimonatigen Praktikum von Juli bis August Marketingstrategien und Konzepte für heimische Betriebe.

So entstand zum Beispiel in Zusammenarbeit mit der Bayerischen Verwaltungsstelle des Biosphärenreservats Rhön ein Konzept zur nachhaltigen Entwicklung eines speziellen Rhönloutrunns. „Bei unseren Überlegungen haben wir auf

bestehende Verbindungen gebaut“, erklärt Projektkoordinatorin Katja Mruk (28) und fügt hinzu: „Ehemalige amerikanische Soldaten, die in der Rhön stationiert waren, sind eine wichtige Zielgruppe dabei.“ Diese sollen zum Beispiel mit eigens ausgebildeten Reiseführern eine Tour durch die Rhön machen, die exakt auf die Bedürfnisse der Veteranen abgestimmt ist. Des Weiteren wollen die Studierenden auch neue Verbindungen schaffen. Städtepartnerschaften sehen sie als sinnvoll an, da diese langfristig angelegt seien und dem Prinzip der Nachhaltigkeit entsprechen. „Unsere Empfehlung ist

Bad Neustadt“, erklärt die Amerikanerin Roxana Bonderson, Teilnehmerin des Programms. „Die Stadt hat bereits Verbindungen zu anderen Städten und neben der idealen Einwohnerzahl gibt es auch ein Gymnasium, so dass Schüleraustausche durchgeführt werden könnten“, so Bonderson.

Neben Organisationen im UNESCO-Biosphärenreservat war auch das Umweltzentrum Fulda ein Praxispartner der Studierenden. In Zusammenarbeit mit dem Zentrum konzipierten die Studenten ein internationales Bildungsprogramm. „Wir haben einen Wochenplan erstellt mit ver-

schiedenen Workshops zum Thema Wasser, Energie, Landwirtschaft und Stadtentwicklung“, so Nils Reiners, Teilnehmer aus der Gruppe.

„Hessen Global“ ist ein Programm des Gemeinschaftsprojekts der hessischen Hochschulen „Hessen Networks“. Dieses wird möglich durch die Unterstützung des Wissenschaftsministeriums und der EU sowie des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD). „Wir sind sehr stolz darauf, was die Studierenden in der kurzen Zeit auf die Beine gestellt haben“, sagt Thomas Berger (30), Leiter der Koordinierungsstelle Hessen Networks. „Wenn

AB:

man bedenkt, dass „Hessen Global“ zum ersten Mal überhaupt durchgeführt wurde, sind die Ergebnisse noch schöner“, so Berger. Die Teilnehmer aus den USA, Kanada, Slowakei, Ungarn, Frankreich und Deutschland wurden bewusst ausgewählt. „Wir setzen auf internationale Gruppen, da ausländische Studenten sich viel besser in die Lage möglicher Touristen versetzen können“, so Berger. Außerdem möchte das Programm zum internationalen Austausch beitragen.

Die Ergebnisse, welche die Studierenden am Freitag im Transferzentrum der Hochschule Fulda vorgestellt ha-

ben, seien „wichtige Informationen für das Regionalmarketing“, so Berger. „Wir arbeiten nicht für den Papierkorb“, erklärt er und fügt hinzu: „Das Bildungsprogramm im Umweltzentrum Fulda soll bald umgesetzt werden.“ Die Plannungen zur Durchführung von „Hessen Global“ im Sommer 2007 laufen bereits. „Auch nächstes Jahr werden wir wieder internationalen Besuch haben“, kündigt Berger an und bittet um Unterstützung: „Über Spenden für unser Programm sind wir sehr dankbar.“ Weitere Infos gibt es im Internet.

[www.hessen-global.de](http://www.hessen-global.de)