



## PRESSEMITTEILUNG

ROTH, 17. MÄRZ 2025

### SPIEL UND SPANNUNG AUF DER MESSE

Landrat Ben Schwarz besuchte Firmen, Vereine und den eigenen Stand – Alle stehen für das Attribut Vielfalt

**Roth.** Vielfalt. Es dürfte das meist gebrauchte Wort sein, das Ben Schwarz an diesem Vormittag verwendet. Bezogen auf „seinen“ Landkreis, der von Jurahöhen bis ins Schwabachtal, von den Seen bis ins Urbane an Facettenreichtum seines gleichen sucht und das am eigenen Stand auf der Freizeitmesse auch selbstbewusst präsentiert. Beim Rundgang zeigt sich zudem: Es darf als Überschrift für das gelten, was die heimischen Aussteller zu bieten haben – sportliche Herausforderungen für den Landrat inklusive.

Part eins: ein Balance-Board. Das vertreibt zwar das Pleinfelder Unternehmen, gefertigt aber wird es in Hilpoltstein. Man sieht die Schlagzeile bildlich vor sich, als Ben Schwarz das Sportgerät testet: Balanceakt gelungen. Was der Landrat zu diesem Zeitpunkt noch nicht wusste – es sollte nicht die letzte Station mit der Ansage „action“ sein.

Der TSV Kleinschwarzenlohe nämlich hatte (s)einen Drohnen-Soccer-Spielplatz mitgebracht, der erste und einzige seiner Art weit und breit. Klingt lässig, und ist es auch. Je drei Spieler – Angreifer, Verteidiger und Torwart – pro Mannschaft versuchen, die eigene Drohne durch einen Ring zu steuern – oder genau das zu vermeiden. „Das schult Feinmotorik, räumliches Sehen, vermittelt technisches Wissen, fördert Geduld und Teamgeist“, erläutert Abteilungsleiter Uwe Pfeiffer. Geeignet ist die Trendsportart, die in einem Käfig mit den Maßen 6.60 x 3.60 x 3.60 Meter „und somit ungefährlich“ praktiziert wird, schon für Jungen und Mädchen ab etwa sechs Jahren.

Ziel des TSV ist es, einen Ligabetrieb zu etablieren, wie es ihn in anderen Ländern bereits gibt. Der Tausendsassa in Sachen Ehrenamt weiß: In Teilen Amerikas und Asiens ist Drohnensoccer bereits Nationalsport, „da kommen im Stadion in Seoul gerne mal 80 000 Menschen zusammen“. Für Landrat Ben Schwarz nicht nur ein Input in Richtung Kinder und Jugendliche. „Dies Art Gehirnjogging könnte auch für Senioren attraktiv sein“, denkt er laut nach. Dass die Vereine ein Forum auf der Messe bekommen, um sich vorzustellen und für das Ehrenamt zu werben, findet er gut. Ein Feedback, das er am Landkreistand gleich noch an prominenter Stelle bei Messechef Henning Könicke platziert.

Part zwei, die Firmen: Allen gut 15 mit „Landkreisbezug“ einen Besuch abzustatten, gab Ben Schwarz` Zeitfenster nicht her. Daher war ihm eine Klarstellung wichtig: „Die Auswahl soll keine Gewichtung darstellen.“ Das Fokussieren auf wenige Aussteller hatte den Vorteil, dass er sich Zeit nehmen konnte für Gespräche. Wie für die Firma Ja-Reisemobile Röttenbach. An deren Stand erfuhr der Landrat nicht



## PRESSEMITTEILUNG

nur, wie es der Branche „nach Corona“ ergeht, sondern auch, wie sich der Clubpartner des 1.FC Nürnberg zukunftssicher aufstellt.

„Wir sind im ‚After-Sales‘ für die Kunden da“, erläutert Mitarbeiter Rojas Perez. Bedeutet: Der Service endet nicht mit dem Verkauf – ganz im Gegenteil. Die mit sechs Monteuren bestückte Werkstatt an der Bundesstraße 2 ermöglicht es, kurzfristig zu reagieren. „Was nutzt dem Kunden ein Termin im Juni, wenn er im April starten will“, umschreibt Perez die Realität andernorts.

Vielfältig – das Wort kommt uns bekannt vor – trifft auch auf das Klientel von „Ja“ zu. Vom jungen Pärchen, das sich einen Kastenwagen für Kurztrips zulegt, bis zu Aussteigern im Rentenalter, die das Eigenheim gegen ein Luxus-Wohnmobil und ein immerwährendes Leben „auf der Straße“ im sechsstelligen Bereich tauschen, sei alles vertreten, erzählt der Berater. Was Luxus im konkreten Fall bedeutet, ließ sich Ben Schwarz im Anschauungsobjekt gerne zeigen – und staunte nicht schlecht über Ledersessel, Badausstattung, Glasvitrine und Co..

Eine ganz andere Zielgruppe hat die Firma Stick it Stecksysteme im Auge, die sich mit Mosaiken einen Markt erschlossen hat. Deren Steckenpferd sind über eigene Motive Auftragsarbeiten. Bedeutet: Der Kunde schickt ein Foto und das Gmünd-Spalter Familienunternehmen fertigt anhand dessen ein „Puzzle“. Die Auswahl am Stand: vielfältig, was sonst.

Bleibt der „eigene“ Stand, an dem sich an den fünf Messetagen abwechselnd auch zahlreiche Landkreiskommunen präsentierten – eigentlich überflüssig zu erwähnen: natürlich vielfältig. Jörg Ruckriegel, Cheftouristiker im Landratsamt, zieht ein positives Fazit: „Fünf Tage lang haben wir bei der Freizeitmesse beste Werbung für den Landkreis gemacht. Wir hatten viele interessierte Gäste, nette Gespräche und eine tolle Gemeinschaft mit den Landkreisingemeinden und der Pyraser Landbrauerei am Stand - eine rundum gelungene Sache.“

Dass der Landkreis-Stand dem des Verkehrsverbunds direkt gegenüber liegt, gewinnt dem Ganzen weiteren Charme ab und spielt dem Selbstbildnis in die Hände. „Wir sind prädestiniert für Binnentourismus und Naherholung“, unterstreicht Landrat Schwarz. Das Netzwerk VGN sei da eine ideale Ergänzung, dieses brächte die Menschen zu den vielen Plätzen, die es zu entdecken lohne, „speziell auch bei uns“. Der VGN stelle das Verbindende heraus – ein Gedanke, der ihm ausgesprochen gut gefällt. „Jeder profitiert vom anderen.“ Speziell Urlauber würden Gemeindegrenzen nicht wahrnehmen, folglich „müssen wir uns als Region präsentieren statt als Konkurrenten zu denken“.

Ben Schwarz ist überzeugt, dass sich nicht nur, weil mehr aufs Geld geschaut werde, (Urlaubs)Angebote vor der Haustür zusehends interessanter würden. „Das ist auch eine Frage der Nachhaltigkeit“, meint er. Auch das ist ein Grund für den Messeauftritt mit all dem Aufwand, der dahinter stehe: „Wir möchten auch den Einheimischen vor Augen führen, was wir zu bieten haben.“ So mancher kenne sich in Südtirol besser aus als zwischen Gustenfelden und Greding, weil der Prophet im eigenen Land ja bekanntlich nichts gelte. Dabei „stimmen bei uns Preis-Leistung und zwar bei bester Qualität“. Sein Rat daher: „Einfach mal ausprobieren, es gibt eine Menge zu entdecken.“



## **PRESSEMITTEILUNG**