

UNESCO Welterbe: Ein Freerunner entdeckt die Wasserstadt Augsburg

Alte Dinge neu entdecken – ein von der Regio Augsburg und zahlreichen weiteren Partnern unterstütztes Vater-Sohn-Projekt macht die Augsburger Wasserstadt für jüngere Zielgruppen multimedial und emotional erlebbar.

„Als die Augsburger UNESCO Bewerbung als Welterbe Wasserstadt zunehmend Fahrt aufnahm, haben wir uns überlegt, wie man das Thema z. B. auf Social Media und Online auch für jüngere Zielgruppen attraktiv präsentieren kann“ erzählt Markus Schaumlöffel und ergänzt: „Denn Wasser ist ja eine Zukunftsressource und mich hat einfach fasziniert, wie früh Augsburg hier schon eine Kernkompetenz aufgebaut hat.“

Multimedia-Webspecial mit Clip, Fotos & Infografik – in Deutsch & Englisch

So nahm Schaumlöffel – Wahlaugsburger und passionierter Adventureblogger – Handy, Drohne und Kamera zur Hand und begleitete seinen Sohn, einen sechzehnjährigen Freerunner, im Sommer auf sportlicher Entdeckungstour, entlang der 22 Welterbe Denkmäler. Herausgekommen ist ein emotionaler Kurzclip, der die dynamischen Moves und Tricks des jungen Sportlers ganz nebenbei mit Informationen und Bildern zum Augsburger Wassersystem verbindet. Ergänzt durch eindrucksvolle Fotos und eine kurz und knapp angelegte, plakative Infografik. Das Ergebnis: Ein multimediales Webspecial und – wie Schaumlöffel formuliert – „die etwas andere Art, Augsburg zu seinem neuen UNESCO-Status zu gratulieren.“

Aktive Unterstützung durch die Regio Augsburg Tourismus GmbH

Das Vorhaben wurde inhaltlich und organisatorisch von der Regio Augsburg Tourismus GmbH und deren Partnern unterstützt, deren Geschäftsführer Götz Beck gleich von Anfang für die Idee zu begeistern war: „Altes, neu und jugendaffin zu präsentieren – das hat uns natürlich sofort angesprochen. Es war rasch klar, dass wir natürlich versuchen würden, im Rahmen unserer Möglichkeiten, zur Realisierung dieses tollen Projektes beizutragen. Wir finden das unglaubliche Engagement welches hier dahintersteht einfach toll und sind von dem professionellen Ergebnis wirklich begeistert“, so Götz Beck.

Das Webspecial befindet sich auf einer Unterseite von Expedition Marke, einer Unit der Agentur proteco, deren Geschäftsführer Schaumlöffel ist und die das Vorhaben pro bono unterstützt hat: <https://www.expedition-marke.de/augsburg>

Mehr zu Regio Augsburg:
<https://www.augsburg-tourismus.de>

Mehr zum Welterbe Wasserstadt:
<https://www.augsburg-tourismus.de/de/unesco-welterbe>



Augsburg, UNESCO Welterbe Wasserstadt: Altes, neu inszeniert – Sideflip vor dem Herkulesbrunnen



Markus Schaumlöffel: Adventureblogger und Geschäftsführer der Agentur proteco. Hat mit seinem Sohn, einem Freerunner, das Multimedia-Special „Freerunning Augsburg“ erstellt.

Weitere Bilder auf Anfrage.