

**DIE NATUR INSZENIEREN** An Ideen für die Weiterentwicklung des Tourismus im Landkreis fehlt es nicht. Die einzigartige Landschaft am Albrauf spielt dabei eine große Rolle. Bald sollen erste Vorschläge umgesetzt werden.

## Deutsche Gäste bleiben länger

Tourismus im Kreis liegt im Landestrend

**In der touristischen Entwicklung liegt der Landkreis Göppingen im ersten Halbjahr 2013 im Landestrend. Das meldet das statistische Landesamt.**

TEJA BANZHAF

**Kreis Göppingen.** Es kamen zwar weniger Menschen ins Ländle, aber sie verweilten so lang wie im Vorjahr: Auf diesen Nenner lässt sich der Tourismus in Baden-Württemberg im ersten Halbjahr bringen: 8,4 Millionen kamen, und die Deutschen blieben im Schnitt 2,6 Tage wie 2012. Bei den knapp 1,8 Millionen Ausländern blieb's bei 2,3 Tagen Verweildauer. Unterm Strich sank mit der Zahl der Gäste auch die Zahl der Übernachtungen im Land.

Bei den Gästen im Kreis Göppingen sehen die Halbjahreswerte so aus: 90 142 Gäste kamen, sahen, erholten sich oder arbeiteten. Damit liegt der Landkreis im Baden-Württemberg-Trend, denn das ist ein Minus von 3386 Gästen. Geblieben

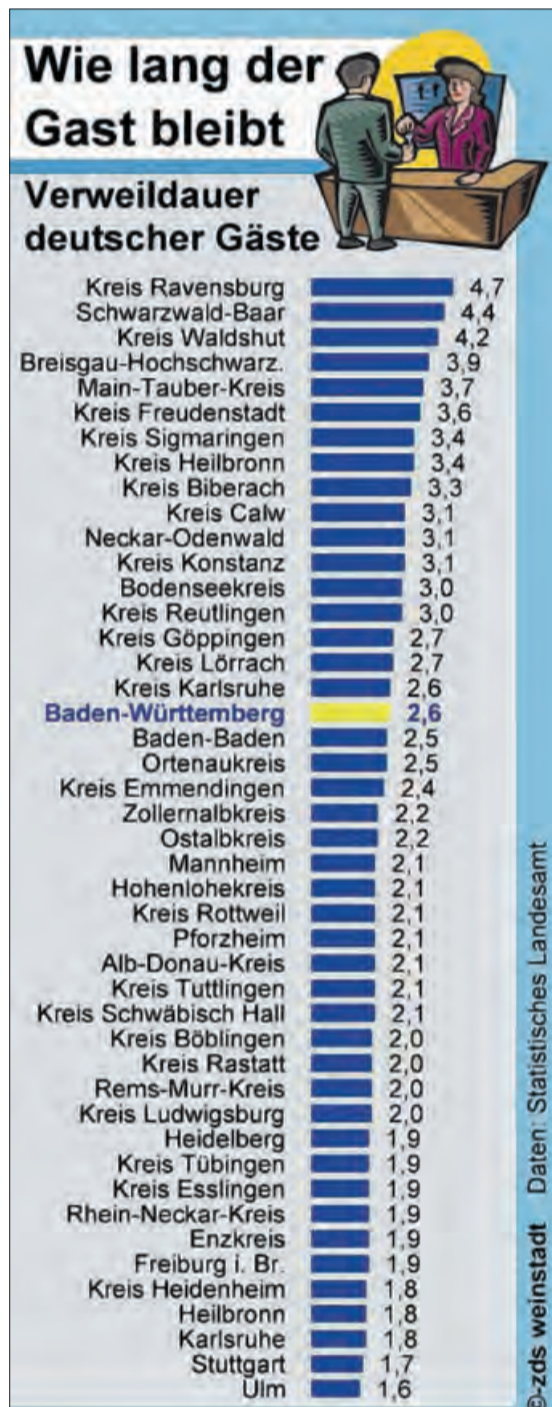
sind die Deutschen im Schnitt 2,7 Tage (Vorjahr: 2,6 Tage), den ausländischen Gast zog's nach 2,2 Tagen (Vorjahr: 2,4 Tage) von hinnen.

Wer in den Kreis Göppingen kommt, kommt ja nicht unbedingt der Freizeit wegen. Wer nach Baden-Württemberg kommt, auch nicht. Mancher Gast ist auf der Suche nach Gesundheit, andere nach Umsätzen, Kunden, Geschäften. Hotels, Pensionen, Vorsorge- und Reha-Kliniken, Erholungs-, Ferien- und Schulungsheime plus die Campingplätze teilen sich den Besucherkuchen.

### Nicht jeder Gast kommt der Freizeit wegen

Für die lokale Ebene wird der Datenbestand nicht so tief nach Unterkünften und Reisegrund aufgedröselst: Aber die Statistiker wissen, dass die 90142 Gäste 238 883-mal wieder wach wurden (sonst wäre es ja keine Übernachtung). Außerdem ist bekannt, dass von den Gästen 10 809 oder zwölf Prozent aus dem Ausland kamen und damit der Gästeanteil im Landkreis niedriger liegt als im Landesschnitt mit 21,4 Prozent und dass ausländische Gäste rund zehn Prozent aller Übernachtungen im Kreis Göppingen auf der Rechnung stehen haben (Baden-Württembergsschnitt: 19,4 Prozent).

Die einzelnen Monate verliefen folgendermaßen: Im Januar meldeten die hiesigen Betriebe 33 374 Übernachtungen. 36 254 waren es im Februar, im März 39 881, im April 43 035, im Mai 40 289 und im Juni 46 050. Nicht in jedem Fall ist das am Jahresende auch der endgültige Wert. Denn wenn mal eine Zahl fehlt, helfen sich die Statistiker schon mal mit einer Schätzung, wenn ein Herbergs Vater die Beherbergten nicht rechtzeitig meldet – aber mit einer fachmännischen: Groß sind die Abweichungen selten. Da wird sich am Minus von 5322 Übernachtungen, das im ersten halben Jahr zu verzeichnen war, kaum etwas ändern. Aber es bleibt die Hoffnung auf mehr Übernachtungsbedarf in der zweiten Jahreshälfte.



Bei der Verweildauer liegt der Landkreis Göppingen sogar besser als die Kurstadt Baden-Baden. Grafik: ZDS



Blick aus der Luft ins Täle: So schön ist unsere Heimat. Doch wie erreicht man, dass Touristen dasselbe meinen und hierher auf Urlaub kommen? Foto: Markus Sontheimer

## Lichtschau und Skywalk

Tourismuskonzept für Kreis Göppingen nennt viele Ansatzpunkte und Ideen

**Die Beratungsgesellschaft Futour hat auf 118 Seiten ein Tourismuskonzept für den Kreis Göppingen erarbeitet – mit vielen weitgehenden Ideen.**

RODERICH SCHMAUZ

**Kreis Göppingen.** Der Kreistag in Göppingen hat jüngst die Tourismuskonzeption der Münchner Beratungsgesellschaft „Futour“ sehr gelobt. Bis Jahresende soll ein konkreter Zeitplan für die Umsetzung der vielen, vielen Vorschläge erarbeitet werden. Das Konzept zur Förde-

rung des Tourismus vor Ort setzt bei Stärken und Vorhandenem an und nennt 13 Handlungsfelder.

Unter dem Stichwort „Streuoast und mehr“ geht es etwa darum, Streuoastwiesen erlebbar zu machen und regionale Produkte besser zu vermarkten – Beispiele: Führungen zurzeit der Apfelblüte, Apfelfeste, Mitarbeit bei Ernte und Mosten. Außerdem soll ein Präsentationskorb mit regionalen Spezialitäten zusammengestellt werden.

**Radfahren und Wandern sollen besser vermarktet werden, mit Radflyern, GPS-Daten, Booklets zu den Routen, der Weiterentwicklung des**

**Pedelec-Angebots und radfreundlichen Übernachtungs- und Einkehrmöglichkeiten entlang der Radwege. Eine andere, weitergehende Idee: Einen Kunstradweg als längstes Gemälde der Welt anlegen.**

Die heimischen Naturglanzpunkte sollen in Szene gesetzt und erlebbar werden, zum Beispiel mit markierten Fotopunkten. „Saisonale Naturhighlights inszenieren“, ist ein weiteres Kapitel überschrieben. Darin geht es um die Angebote zur Märzenbecherblüte, zur Obstbaumblüte, zum Vogelzug und zur Osterbaste. Die Fabrikverkäufe sollen für die Werbung, beispielsweise

mit Infopoints zur „Erlebnisregion Albrauf“, genutzt werden, weil dort potenziell viele Menschen erreicht werden.

Schließlich schlägt die Konzeption vor, „Highlightprojekte“ zu entwickeln – einige Beispiele: Albrauf-Illumination, eine Musik- und Lichtschau, ein Hochseilgarten und eine Stahlseilrutsche, der Ziegenabtrieb als Event mit Musik und Bewirtung, Skulpturen- und Kunstradweg, Albrauf-Treking mit Übernachtungen im Zelt in der Natur, ein Skywalk am Albrauf, ein beleuchteter Radweg, ein Fahrrad-Lift als Aufstiegshilfe am Albrand.

### PRO

## Ohne Magnet geht nichts

Tourismusförderer lügen sich in die eigene Tasche

Warum dümpelt der Fremdenverkehr seit jeher in unserem Raum so vor sich hin? Wobei das im krassen Widerspruch steht zu den vielen Überlegungen, ihn zu fördern, zu den Pfunden verbrauchten Hirnschmalzes, zum bedruckten, geduldrigen Papier über das, was ist und was sein sollte.

Warum also kommen so wenige Besucher? Sind diese Fernbleiber einfach zu doof, dass sie nicht in Scharen zu uns pilgern? Unser Filstal ist doch einmalig schön, unsere Alb derart atemberaubend, unsere heimische Natur so einzigartig, dass sie weit und breit Ihrgleich sucht? Unsere Gastronomie, Hotellerie, was es für Fit- und Wellness gibt, stellt doch alles andere in den Schatten? Gibt es schönere historische Stätte als Wiesensteig und Geislingen?

Ja. Wie lange lügen sich Tourismusförderer und Tourismusverhinderer noch in die eigene Tasche? Esslingens Altstadt hat natürlich viel mehr zu bieten als die Geislinger. Das Donaual ist natürlich imposanter als das Filstal. Und es gibt viele prominenter und größere Thermal- und Heilbäder als die unseren. Und so weiter.

Die Erlebnisregion Albrauf hat viel Schönes zu bieten, aber nichts Einzigartiges. Keine Burg, die im Reiseführer fünf Sternchen hat. Keine Stadt, zu der Reiseveranstalter Sternfahrten veranstalten. Keinen

höchsten Kirchturm. Keine große Schauhöhle. Keinen Fluss, der mit Schiff oder wenigstens Kanu befahrbar wäre. Keine Gartenschau, keine bedeutende Kunstausstellung, keine Bühne, die Massen anlockt. Und (noch) kein Metzinger.

Deswegen braucht's dringend Anziehungspunkte, Leuchttürme, Magne. Es warf unseren Raum um Jahre zurück, dass der Baumwipfel-pfad bei Wiesensteig verhindert wurde. Kaum fällt das Wort Skywalk, melden sich die nächsten Bedenkenträger. Was braucht es einen künstlichen Aussichtspunkt vom Albrauf ins Filstal – es gibt doch genug natürliche? Ich kenne aus eigener Anschauung nur einen Skywalk – in Südtirol. Dort mangelt es fürwahr nicht an Aussichtspunkten. Aber es hat halt etwas, wenn eine Plattform hinausgebaut wird in den Raum zwischen Himmel und tiefem Tal.

Die Bedenkenträger sagen: Eingriffe in die Natur und viele Besucher machen diese Natur kaputt. Liebe Leute, bitte ein wenig Augenmaß. Es geht nur um punktuelle Attraktionen, die zum Zugpferd einer Region werden sollen.

Die Bedenkenträger sollten im Übrigen ehrlicherweise zugeben: Wir wollen keine Besucher oder nur den vor sich hin dümpelnden Tourismus wie bisher. Florierenden Tourismus ohne Menschen gibt's nicht.

RODERICH SCHMAUZ

### KONTRA

## Bitte keine Verrummelung

Traumhafte Landschaft hat solche Attraktionen nicht verdient

Gottseidank sind wir von dem Baumwipfelpfad verschont geblieben. Unsere traumhafte Landschaft hat es nicht verdient, mit angeblichen Attraktionen vermarktet zu werden, von denen irgendwelche Investoren mit irreführenden Namen („Akademie“) sich satte Gewinne versprochen hätten, zumal der auserkorene Standort beim Reußenstein ohnehin ein beliebtes Ausflugsziel ist. Jüngst wurde nun wieder ein „Skywalk“ ins Gespräch gebracht, also eine überm Abgrund hängende gläserne Aussichtsplattform – aufgegriffen von einer Münchner Tourismusberatung. Nach dem Motto: Je verrückter, desto besser.

Als bodenständiger Einheimischer, der mit Land und Leuten vertraut ist, fragt man sich, warum immer wieder viel Geld für Agenturen ausgegeben wird, die hierzulande den Tourismus ankurbeln sollen. Dabei hat der Landkreis Göppingen von Haus aus ein ganz besonderes Alleinstellungsmerkmal: Eine traumhafte Landschaft, geschichtsträchtige Orte und jede Menge Besonderheiten.

**Hat denn noch keiner der örtlichen Tourismusmacher gemerkt, dass Wandern und Radeln boomen?** Dass sich die Menschen, vor allem die zahlungskraftigen Jahrgänge, nach Natur pur und Ruhe sehnen? Wenn sich jede Region an Allerweltskonzepte anpassen würde, wäre die

Identität einer Landschaft bald verwässert. **Warum also nicht auf wirklich gut beschilderte Wander- und Radwege setzen,** auf spannende Erlebnisreisen durch Schluchten und zu traumhaften Aussichtspunkten? Auf Hinweistafeln, auf eine landschaftstypische Gastronomie? Mit Hochglanzbroschüren, die mehr versprechen, als die Realität hält, ist es allein nicht getan.

Einige gute Ansatzpunkte sind immerhin erkennbar, wie etwa im Täle, wo man sich mit Goißzucht und heimischen Produkten aufs Bodenständige besinnt. Aber so lange man sich nicht auf die Stärken und Einmaligkeit unserer Gegend konzentriert, brauchen wir nicht zu glauben, mit Verrummelungsattraktionen Wunder bewirken zu können. Dies würde vielleicht ein paar Gäste mehr locken – doch die anderen, die Ruhe und Natur mögen, würden sich mit Grausen abwenden. Ein Beispiel, wie Chancen verfallen werden, sei erwähnt: Geislingen schafft es nicht einmal, die Eisenbahnsteige zu vermarkten, die bekanntermaßen viele Eisenbahnfans in Entzücken versetzt.

Und auch die Bedeutung des grandiosen Hohenstaufens, auf dem einst die Stammburg der Staufener stand, wird viel zu wenig hervorgehoben. Aber vielleicht müsste dies nur mal ein fürstlich bezahlter Tourismusberater anregen...

MANFRED BOMM

## Geo-Park: Neuer Chef

Siegfried Roth löst Renate Schrembs ab

**Kreis Göppingen.** Die Geschäftsstelle des Geo-Parks Schwäbische Alb (Münsingen) bekommt einen neuen Leiter. Siegfried Roth folgt auf Renate Schrembs, die sich im September in den Mutterschutz verabschieden wird.

Der neue Geo-Park-Geschäftsführer, der sich in einem Feld von 120 Bewerbern durchsetzen konnte, ist gebürtiger Äbler aus Untermarchtal. Nach dem Studium der Agrarwissenschaften und der Promotion in Biologie hat der 48-Jährige die Landvolkshochschule Wernau-Leutkirch und den Schwäbischen Heimatbund geleitet.

Vor ihrem Ausscheiden hat Renate Schrembs noch die neue Inter-

netseite des Geo-Parks fertiggestellt. Diese rückt die touristischen Themen in den Vordergrund und bietet auf den ersten Blick die vielen schönen Ausflugsziele im Geo-Park Schwäbische Alb. Ende August wird die Internetseite auch in englischer Version zur Verfügung stehen.

Die Mitglieder im Geo-Park Schwäbische Alb sind die zehn Landkreise der Schwäbischen Alb, der Tourismusverband Schwäbische Alb sowie verschiedene Kommunen und der Industrieverband Steine und Erden Baden-Württemberg. Eine der zahlreichen Infostellen des Geo-Parks befindet sich in Bad Boll (Jurafangowerk) bzw. im Naturkundemuseum Jebenhausen.