

# „Unfassbar“ großes Interesse

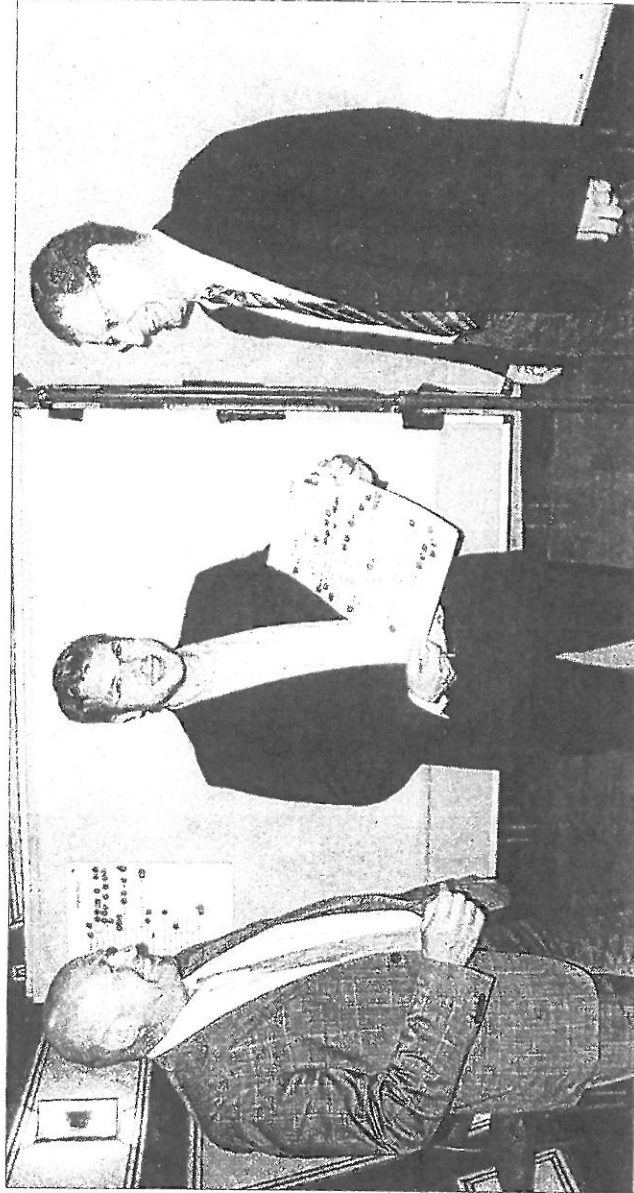
Laichingen will touristisch mehr tun – Viele Teilnehmer nehmen an Workshop teil

Laichingen, seine Tourismusbetriebe, Privatwirtschaft, Beherbergungsanbieter und Gastronomie wollen künftig an einem Strang ziehen und den Tourismus ankurbeln. Das ist das Ergebnis eines Workshops.

SABINE GRASER-KÜHNLE

Laichingen. Den Impuls zur Schaffung eines Tourismuskonzepts hat Hanns-Ulrich Zander, Wirtschafts- und Tourismusbeauftragter des Alb-Donau-Kreises, mit seinem Vortrag im Höhlenverein gegeben. Auf seine Empfehlung hin hat die Verwaltung Kontakt mit dem Tourismus- und Freizeitinstitut „Inspektour“ aufgenommen, berichtet Bürgermeister Friedhelm Werner. Was dann geschah, übertraf seine Vorstellungen, wie auch die des Kulturmanagers Ralf Trimborn von „Inspektour“ und von Zander: Von 30 zu einem Workshop eingeladenen Personen aus sämtlichen Bereichen, die mit Tourismus in Verbindung gebracht werden können, waren 25 am Donnerstagnachmittag gekommen. „Unfassbar“, kommentierte Trimborn. Ziel war es, eine Strategie sowie eine Vision für Laichingen unter der neutralen Moderation Trimborns zu erarbeiten.

Und das sei mit „ungeheurer Kreativität“ gelungen, lobten Trim-



Hanns-Ulrich Zander, Wirtschafts- und Tourismusbeauftragter des Alb-Donau-Kreises, Ralf Trimborn, Diplom-Kulturmanager vom Hamburger Institut „Inspektour“ und Bürgermeister Friedhelm Werner sind guter Dinge. Foto: Sabine Graser-Kühnle

born und Zander: „Es wurde erkannt, dass jeder einzelne mehr profitieren kann, wenn gemeinsam vorgegangen wird, schließlich kann der Kunde nur dann wissen, wo er sein Geld liegen lassen kann, wenn über die Möglichkeiten informiert ist.“ Nun soll bis zur nächsten CMT-Messe in Stuttgart ein Werbeträger erstellt werden, der sämtliche touristischen Attraktionen, Shopping-

und Verleihmöglichkeiten, Gastronomie und Übernachtungen beinhaltet. Dabei werde in diesem ersten Schritt eines Innenmarketings auf die bereits vorhandenen Produkte und Angebote zurückgegriffen, die es vielfältig gäbe. Auch die schwäbische Landschaft berge ein hohes Tourismuspotenzial in sich, das es zu transportieren gelte. Zielgruppen sind vorwiegend Schulklas-

sen und Tagestouristen, von denen Tourismusanbieter und Handel bereits jetzt am meisten profitieren, wie sich im Verlauf des Workshops herausstellte.

„Klar ist, jeder muss etwas tun und Laichingen wird Geld in die Hand nehmen müssen“, sagte Zander. Dazu, so erklärte Werner, ist eine Klausurtagung des Gemeinderats geplant. Denn in einem Neben-

job, wie dies bislang durch Walter Karas geschah, könne das Vorhaben nicht mehr bewältigt werden. Schließlich gelte es nicht nur zu werben, sondern auch den Kontakt mit den Gästen zu halten. „Ich rechne mit jährlich rund 40 000 Euro für eine Fachkraft plus die Ausstattung des Arbeitsplatzes“, meinte Werner. Letztlich hätten alle Teilnehmer aus der Privatwirtschaft und der Verwaltung das klare Signal gegeben: „Wir sind bereit“, so Trimborn.

Bisher liegt der Tourismus in Laichingen brach: „Jeder kocht sein eigenes Süppchen, die Gemeinde hat nicht nur ein schlechtes Konzept sondern sogar gar keines und es fehlte selbst unter den Workshopteilnehmern teilweise die Info, was es hier gibt“, hat Trimborn erstaunt feststellen müssen. Auch ein Konkurrenzdenken konnte „im Grundsatz“ ausgeräumt werden, habe Zander beobachtet. „Wichtig ist das Gemeinheitsgefühl“, meinten die beiden Fachleute. Das ist offenbar angekommen, denn nach diesem Vierstunden-Workshop waren alle Teilnehmer sehr euphorisch und sind höchst motiviert. Schon in sechs Wochen soll die Tourismus AG wieder zusammenkommen und bereits jetzt schwirren Begriffe, wie „Höhlen- oder Museums card“ in der Luft. Somit ist – zumindest langfristig – auch angedacht, Gemeinden der Region mit ihrem touristischen Angebot einzubinden.