

stem ausmacht. „Es hat Spais gemacht“, sagte Elke Siebold-Kurowski gestern abschließend. Zusammen mit Christine Pfisterer

organisiert sie den Weihnachtsmarkt und wird dies aller Voraussicht nach auch im nächsten Jahr wieder tun, und zwar mit dem be-

wachten Konzept. Die Anbieter seien zufrieden gewesen, die Atmosphäre sei schön gewesen. Und dass an manchen Stellen

kein Durchkommen sei, ganz dazu. Wäre es nicht so, würde es nicht so schön sein. Es war vor einigen Jahren ein

# Punkten mit Natur und Landschaft

## DH-Studenten haben in Expertenbefragungen touristische Perspektiven ausgelotet

Landschaft und Natur sind die Pfunde, mit denen der Landkreis Heidenheim in der Tourismus-Werbung wuchern kann. Dies ist die Auffassung von Leistungsträgern aus der Tourismusbranche. Im Auftrag des Landkreises haben Studenten der Dualen Hochschule diese umfassend zu den touristischen Perspektiven des Landkreises befragt.

GÜNTER TRITTNER

Was 51 Gastronomen, Hoteliers, Städteführer, Betreiber von touristischen Einrichtungen und Tourismusverantwortliche in Kommunen denken, haben jetzt Prof. Dr. Michael Froböse und die an der Umfrage beteiligten Studenten des Studiengangs Dienstleistungsmarketing in großer Runde im Landratsamt vorgestellt. Froböses Fazit: Die touristische Attraktivität des Landkreises hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen, und mit dem Ausbau des Radwegnetzes hat der Landkreis auf das richtige Pferd gesetzt. Denn bei den befragten Tourismusexperten gelten Rad- und Wanderwege als größte touristische Stärke des Landkreises. Dass diese noch stärker ausgebaut und ausgeschildert werden, ist bei ihnen auch der meistgenannte Wunsch. Zusammen mit der Gastronomie gelten die Radwege als die meistgenutzten dauerhaften Freizeiteinrichtungen. „Nur einkaufen“, so Froböse, „tut man mehr.“

Generell sehen die befragten Experten bei der Gastronomie und bei Wellness-Einrichtungen eher Schwachstellen im Touris-



Bei den Tourismusfachleuten im Landkreis gilt das Steiff-Museum als der touristische Magnet. Foto: olv

musangebot. Die Übernachtungsmöglichkeiten gelten indes als ausreichend und gut.

Die am meisten zu empfehlenden Ziele sind nach Meinung der 51 Befragten in dieser Reihenfolge das Steiff-Museum in Giengen, die Höhlenerlebnis-Welt in Hürben und das Schlossberg-Areal in Heidenheim. In dieser Bewertung zeigt sich für Froböse besonders, welchen Schritt der Landkreis nach vorne getan hat. „Vor wenigen Jahren hat es diese Einrichtungen noch gar nicht oder nicht in dieser Ausgestaltung gegeben.“ Noch ist nach Froböses Einschätzung das Potenzial dieser Orte bei weitem nicht ausgeschöpft. Und es gibt auch noch Leerstellen im Kreis, die aktiviert werden könn-

ten. Das restaurierte Kloster in Herbrechtingen etwa habe kein einziger Tourismus-Experte als Sehenswürdigkeit angeführt.

Was ebenfalls die Tourismus-Politik der Kreisverwaltung und des Kreistags bestätigt: Geologie und Eiszeitkunst prägen nach Auffassung der Tourismus-Experten nach Natur und Landschaft am meisten das Image des Landkreises. Geschichte und historische Bauten werden indes von ihnen als völlig nachrangig für das Erscheinungsbild eingestuft. Angebote im Zusammenhang mit der Eiszeitkunst gehören für die Experten auch zu den Faktoren, die zu einer Steigerung der Gästezahlen von auswärts beigetragen haben. Und dies sogar noch mehr

als der Aufstieg des 1. FCH in die Dritte Liga.

Verbesserungsbedarf bei Freizeit- und Urlaubsmöglichkeiten sehen die Tourismusfachleute vor allem noch bei Angeboten für Familien mit Kindern. Danach folgen Aktivurlauber, Senioren und gleichauf Gruppen- und Vereinsreisen. Bei letztgenanntem Punkt, so kündigte es gestern Bettina Kruse, die Leiterin der Tourist-Information in Heidenheim, an, werde die Stadt im kommenden Jahr deutlich aktiv werden. „Wir sehen hier eine sehr gute Zukunft.“ Auch Kruse bestätigte den Trend zu mehr Tourismus. In Heidenheim habe man heuer eine um 25 Prozent höhere Nachfrage nach touristischen Leistungen festgestellt.

Landrat Hermann Mader stellte heraus, dass man im Tourismus-Marketing keine falschen Fahnen aufziehen dürfe. Deswegen habe man im Landkreis auch darauf verzichtet, sich an den „Megatrend Gesundheit“ anzukoppeln. „Wir haben hier nichts zu bieten.“ Mit der Eiszeitkunst, der Höhlenwelt und später auch dem Archäopark „sind wir authentisch“.

Geworben wurde von Mader um noch stärkere Zusammenarbeit. Nur im Verbund lasse sich die Wahrnehmung von außen intensivieren. Norbert Bereska, Kreisrat und Sprecher des Bürgermeister-Sprengels, lobte Landrat Hermann Mader dafür, vieles im Tourismusmarketing angestoßen zu haben. Hier dürfe man nicht nachlassen. Segensreich seien auch die Mittel aus den Leader Programmen der EU gewesen. „Ohne diese wäre gar nichts gegangen.“