

Tourismusregion bleibt zersplittert

WORKSHOP Vermarkter gegen Dachverband – Treffen ohne zündende Ideen, dafür viel Eigenlob

Von unserem Redakteur
Ralf Reichert

Die Zusammenarbeit weiter ausbauen: Ja. Einen touristischen Dachverband gründen: Nein. Einen gemeinsamen Namen finden, der Heilbronn-Franken touristisch verbindet? Das geht gleich gar nicht. Dafür könnte man ja mal an der hiesigen Hochschule untersuchen lassen, ob eine regionale Gästekarte Sinn macht, die Bahn- und Busfahrten mit kulturellen Vergünstigungen koppelt. Die Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken als Scharnier reaktivieren? Das wäre auch nicht schlecht. Dies sind die dürrtigen Ergebnisse des zweiten Tourismus-Workshops der Bürgerinitiative Pro Region, der Vertreter aller sechs Touristikgemeinschaften (TG) sowie Unternehmens- und Gastrosprecher in Künzelsau zusammenführte.

Damit dreht sich die Diskussion, den Tourismus im Nordosten Baden-Württembergs erkennbar zu einigen, weiter im Kreis. Genau da

„Wenn wir den Anstoß geben konnten, die Kooperationen zu verstärken, hat es sich gelohnt.“

Frank Stroh, Pro Region

raufdrängt aber das Land. Am 4. Mai geht es in Weinsberg um die ungelöste Frage dieser regionalen Destination. Das Ministerium Ländlicher Raum lädt ein, die TG-Verantwortlichen sehen sich gut gerüstet.

Signal „Wir sind schon viel weiter, als ihr glaubt“: Dieses Signal wollten die regionalen Touristiker aussenden. Der zweite Workshop geriet so zu einem Akt der Selbstbestätigung. Und weniger zu einem Forum mit zündenden Ideen. Der Verein Pro Region hätte sich bestimmt mehr erhofft, doch am Ende überwog beim 2. Vorsitzenden Frank Stroh Realismus und Pragmatismus. „Ich habe sehr viel gelernt und eine andere Sichtweise auf den Tourismus in der Region als am Anfang“, lautete seine Bilanz nach den zwei Workshops. Der erste hatte am 7. Dezember 2011 in Gaisbach stattgefunden. Damals war noch so etwas wie Aufbruchstimmung spürbar – diesmal kaum mehr.

„Wenn wir den Anstoß geben konnten, die laufenden Kooperationen zu verstärken, und erreicht ha-



Obwohl es Kooperationen gibt, sind die touristischen Grenzen in der Region klar abgesteckt. Seit 2008 ist das „Heilbronner Land“ auf dem Markt. Foto: Archiv/Sawatzki

■ Eine Region – viele Touristikgemeinschaften



ben, dass die Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken wieder stärker eingebunden wird, hat sich die Veranstaltung schon gelohnt.“ Beides kann durchaus als kleiner Gewinn verbucht werden. Mehr ist es aber auch nicht. Frank Stroh weiß: Die Debatte birgt seit Jahren politischen Sprengstoff, Pro Region will sich daran nicht die Finger verbrennen. Eine unabhängige Plattform sollte geschaffen werden, mit ergebnisoffenem Ausgang. Am Ende war der zweite Workshop nicht viel mehr als eine Art Blaupause der regionalen TG-Treffen unter anderem Namen.

Exemplarisch Wie janusköpfig die Lage tatsächlich ist, zeigte sich in der Arbeitsgruppe, die Kooperationen weiterentwickeln sollte: Rad und Wandern, Wein und Kulinarik, Kultur und Geschichte. Einerseits betonten die TG-Chefs die gute Zusammenarbeit, andererseits waren sie sich immer wieder uneinig. Jeder verteidigte sein Revier, so gut er konnte: „Hohenlohe“, „Schwäbisch Hall“, „Heilbronner Land“ und –

„Man kann über die Tourismus-Region keine Käseglöcke stülpen.“

Tanja Seegelke, TG HN Land

ganz besonders – das „Liebliche Taubertal“. Geschäftsführer Jochen Müssig ließ hier deutlich erkennen, was er von der Veranstaltung hielt: gar nichts. Dass diese Marken sich hier und da über Produkte verbinden, wurde klar. Doch der Flickenteppich aus Eigensinn und Gemeinsinn, teils über wechselnde Ecken hinweg, ist unüberschaubar. Und deshalb für das Land als Tourismusförderer so schwer zu händeln.

„Jetzt seien Sie doch nicht so gemein zu mir“, schnaufte Professor Ralf Bochert, der in Heilbronn Tourismusmanagement lehrt und die Gruppe leitete. Bestehende Kooperationen wurden lang und breit gewürdigt, Verbesserungen wohl erkannt. Doch Vieles blieb im Ungefähren – und in den Strukturen stecken. Tanja Seegelke, Geschäftsführerin der TG Heilbronner Land, formulierte es treffend: „Man kann über die Tourismus-Region keine Käseglöcke stülpen.“ Es sei denn, man wünschte sich „einen Vulkan, der ein verbindendes Mittelgebirgsmassiv schafft“.

Kommentar „Größer denken“

Kommentar

Zwei Dachmarken für die Tourismusregion im Nordosten des Landes: Das wäre sinnvoll.



Von Ralf Reichert

Größer denken

Nach dem ersten Workshop gab es einen leichten Ruck. Nach dem zweiten ist davon nicht mehr viel zu spüren. Ein Dachverband, der die Feriendestination nordöstliches Baden-Württemberg umschließt, darunter die bestehenden regionalen Marken: Dies erschien durchaus möglich. Zumal gleich drei Experten eine solche oder ähnliche Lösung empfohlen hatten. Drei Felder wurden definiert, die weiter gemeinsam beachtet werden sollten. Beim zweiten Workshop der Bürgerinitiative Pro Region sollte es genau darum gehen, doch vor allem die dritte Arbeitsgruppe verhedderte sich im Gestrüpp konkurrierender Tourismusverbände, die zwar gerne mal kooperieren, sonst aber vor allem mit sich und ihren Klein-Destinationen beschäftigt sind. Die Genseiferregion Hohenlohe ist eine der rühmlichen Ausnahmen. Da ziehen drei Kreise an einem Strang. So etwas muss Schule machen. Warum nicht unter einem festen Dach? Das Ministerium Ländlicher Raum will jetzt zwei regionale Dachmarken finden. Wie wäre es mit Hohenlohe-Tauber und Heilbronner Land-Kraichgau?

@ Ihre Meinung?
ralf.reichert@stimme.de

■ Hintergrund

Am 4. Mai mehr Erfolg?

Das, was die Bürgerinitiative Pro Region mit ihren Workshops auf einer bewusst unpolitischen Ebene nicht geschafft hat, versucht das Ministerium Ländlicher Raum mit betont politischem Anstrich am 4. Mai in Weinsberg: die „Destinationsbildung im Nördlichen Baden-Württemberg“.

Erneut gibt es einen Workshop, aber der Druck ist gleich höher. Denn wenn sich die Region nicht einigt, könnten in der Tourismusförderung auch weiterhin Nachteile entstehen. Dabei geht es vor allem um die Beantragung pauschaler Marketingmittel. Das Problem: Im Tourismuskonzept des Landes taucht das nördliche Baden-Württemberg gar nicht als Feriendestination auf. Eben weil das Gebiet sehr kleinteilig strukturiert ist und keinen Landschaftsnamen wie Schwarzwald oder Bodensee hat. Ministerialdirektor Wolfgang Reimer (Grüne) will nun versuchen, „maximal zwei regionale Dachmarken für die Raumschaft“ zu finden. rei