

SÜDWEST PRESSE

Mit Genuss durch Alb und Zeit



Region/Stuttgart. **Der Alb-Tourismus boomt: "Die Zeichen stehen auf dunkelgrün". Die Region ist erfolgreich, das macht selbstbewusst, beflügelt. Auf der CMT sieht mans: Die Alb ist auf über 700 Quadratmetern präsent.**

Kniebundhosen, Landkarte und unwillig hinterher trödelnde Kinder - das war einmal. Der Wanderer von heute trägt Markenklamotten, hat die Apps der Gegend auf dem Handy gespeichert, und die Kinder gehen vergnügt mit "Alberich", dem Wanderlöwen, "durch Raum und Zeit" auf eine Schatz-Rallye. Das nennt sich dann "ErlebnisWandern mit Genuss", ist ein "Leuchtturmprojekt und Premiumprodukt", das der Schwäbische Alb Tourismus (SAT) zur Saison 2012 präsentiert. Rechtzeitig zur Reisemesse CMT in Stuttgart sind jetzt auch die ersten Prospekte dazu herausgekommen. SAT-Vorsitzender und Reutlinger Landrat Thomas Reumann und Geschäftsführer Jürgen Steiner haben sie am Samstag vorgestellt.

Zum Beispiel das Magazin zum Genuss-Wandern, das Touren an Trauf, über Albsteigen und auf Prädikatswegen; Gastgeber, Arrangements und Städtetipps inklusive. Das natürlich quer über die ganze Alb, inzwischen von den Touristikern zum Weltkulturgebirge erhoben. Denn Kirchturmdenken - mein Fluss, mein Museum, meine Wacholderheide - ist inzwischen ebenso out, wie bescheiden-langweilige Werbeslogans oder gar ein wirres Sammelsuriumangebot.

Themenbezogen wird deshalb albübergreifend am Profil der Destination Schwäbische Alb getrüffelt: Drei Unesco-Labels, das älteste Kunstwerk der Menschheit, Burgen Schlösser, Städte, die Naturvielfalt sind eine ideale Spielwiese, um Gast-Ideen zu entwickeln.

Und a propos spielen: Kinder sind die Urlauber der Zukunft. Für sie die Region interessant zu machen - dafür ist ab sofort "Alberich" zuständig. Klopfstellen, Märchenschlösser, spannende Geschichten von Römern und Kelten - der Alberich-Wanderlöwe nimmt einen mit auf eine Zeitreise. Die wird belohnt: zunächst mit "Goldenen Albtalern", dann, mit etwas Glück, mit Gewinnen - vom ansehnlichen Geldbetrag bis zum Outdoor-Camp.

Ort der Alb-Pressekonferenz am Samstag war allerdings nicht der Alb-Gemeinschaftsstand in Halle 6, sondern am Eingang-Ost. Dort hat die Münsinger Ferienanlage Hopfenburg Zirkuswagen, Wohnmobil und Tipi aufgestellt, bietet ein Messe-Kinderprogramm an. Und passt natürlich, grad frisch vom ADAC ausgezeichnet, ins Profil der Albtouristiker, Zielgruppe Familie.

Auch für Genuss und Wandern wollen die 15 Whisky-Produzenten der Alb sorgen. Sie laden in diesem Jahr ein zum "Whisky-Walk". Auf zwei Touren, eine von Tübingen, eine von Owen aus, erfahren die Gäste, wie aus Alblkorn ein Alb-Whisky wird. Mit dem Hochprozentigen konnte man dann auf der Messe gleich anstoßen. Selbstverständlich nicht einfach mit dem Plastikbecher, sondern mit dem Whisky-Krügele, dem schwäbischen Viertelesgläsle nachempfunden.

Damit die Ankunfts- und Übernachtungszahlen auch dieses Jahr weiter steigen, sind in Halle 6 unter anderem die Mitarbeiter der Biosphären-Geschäftsstelle dabei, ihre neuen Biosphären-Partnerkärtchen (wir haben berichtet) unters Messepublikum zu bringen. Ein paar Meter weiter kommt Rosa Lamparter kaum nach mit Bauernbrot und Schwarzwurst schneiden. Denn regionaltypische Probiererle sind gefragt auf der CMT, locken die Gäste zum Gespräch an den Stand. Ebenso wie Preisrätsel. So werden beim Geopark Schwäbische Alb eifrig Postkarten ausgefüllt - für Wanderrucksack und Plüsch-Dino.

Info Die CMT in Stuttgart ist noch bis kommenden Sonntag, 22 Januar, täglich von 10 bis 18 Uhr geöffnet.



[Bild vergrößern](#)

- Preisrätsel (l.) und regionale Häppchen (r.) locken Besucher an die Alb-Stände. Und wenns Alb-Whisky gibt, stoßen Touristiker, Ferienanbieter und Whisky-Produzenten gerne an.