

TOURISMUSKONZEPT GEMEINDE RÖMERSTEIN

SCHLUSSBERICHT

GRUNDLAGE

Römerstein – Gemeinde zahlreicher Kleinode der unterschiedlichsten Art – landschaftlich, kulturell, wirtschaftlich. Diese Beschreibung beinhaltet den tatsächlichen Markenkern Römersteins.

Die Botschaft „Kleinode“ hebt sich gegenüber allen anderen Albgemeinden ab, die sich auf schöne Landschaft, gute Luft und sportliche Aktivitäten beschränken. „*Verzaubert sein in Römerstein*“ – dieser schon im Zwischenbericht präsentierte und vom Gemeinderat für gut befundene Slogan vermittelt diese Botschaft emotional und präzise. Sein Reim macht ihn eingängig und gut erinnerlich.

Nun kommt es darauf an, sie als starkes Image in praxistaugliche Strukturen zu integrieren, die Grundlage für konkrete Maßnahmen zur Förderung des Tourismus.

Dies entspricht unserem ursprünglichen Anspruch, ein erfolgreiches Konzept muss darauf aufbauen, was Römerstein schon heute zu bieten hat, bzw. was mit realistischen Mitteln geschaffen werden kann. Bei Letzterem sind gänzlich neue Attraktionen ausgeschlossen, da weder finanzierbar noch notwendig. Sinnvoll ist Neues aber dann, wenn es dazu dient, die vorhandenen Ressourcen zu konkreten Angeboten zu formen.

RADFAHREN UND WANDERN

Ausgangspunkt nahezu aller Angebote ist Bewegung – Radfahren und Wandern. Weshalb?

Über die stetige Beliebtheit von Wandern oder auch nur mehr oder weniger ausgedehnten Spaziergängen muss nichts weiter gesagt werden.

Radfahren jedoch stößt seit längerem in neue Dimensionen vor. Insbesondere E-Bikes reiten auf einer Woge der Beliebtheit, die dem Fahrradhandel Höhenflüge beschert. Dies belebt auch radtouristische Angebote und die damit zusammenhängenden Dienstleistungen, insbesondere digitaler Art.

Diesen Boom nicht auch für Römerstein zu nutzen, wäre unverantwortlich. Selbst wenn das Wachstum eines Tages nachlässt, die schon heute existente Verbreitung bildet dauerhaft ein solides Fundament für Planung und Investitionen. Wie diese im einzelnen aussehen können, erörtere ich unter *Outdoor-Portale*.

Die grundsätzlichen äußeren Voraussetzungen zum Wandern und Radfahren sind schon heute gegeben:

- ❖ Eine herrliche, vielfältige Landschaft, in der sich Natur erleben, genießen lässt.
- ❖ Ein weitläufiges Streckennetz unterschiedlicher Art, vom Trampelpfad über mehr oder weniger gepflegte naturbelassene Wanderwege bis zu asphaltierten landwirtschaftlichen Wegen sowie wenig befahrene, bzw. für den motorisierten Verkehr gesperrte Nebenstraßen.
- ❖ Zumindest teilweise Beschilderungen.
- ❖ Einkehrmöglichkeiten.

IMAGEBILDUNG

Auch wenn diese Gegebenheiten für sich alleine nichts Besonderes darstellen, da auf der Schwäbischen Alb gang und gäbe, beinhalten sie schon jetzt ein Potenzial, das die derzeit minimale touristische Auslastung deutlich übersteigt.

Aufbauend auf diese gute Ausgangsposition kommt es darauf an, markante Akzente zu setzen, die Römerstein einen USP verschaffen, auf neudeutsch einen Unique Selling Point, also einfach gesagt, etwas, was Römerstein von anderen Tourismuskommunen deutlich unterscheidet.

Dies erfolgt auf mehreren Ebenen. Zum einen in der Schaffung von Angeboten, die anderswo nicht existieren, zum anderen durch markante Elemente in der Außendarstellung, durch die Entwicklung eines authentischen Images.

Für die nachfolgenden Betrachtungen bilden konkrete Angebote, bzw. Maßnahmen einerseits und Imagebildung andererseits eine Gesamtheit, deren einzelne Elemente ich in der sinnvollen Reihenfolge ihrer Umsetzung erörtere.

Barrierefreiheit und Inklusion sind sowohl der Förderung des Images dienlich als auch um ihrer selbst willen unumgänglich. Inklusionskonferenz, Kreisbehindertenbeauftragter und vor allem der örtliche Arbeitskreis Barrieren stehen hierbei als kompetente Partner zur Verfügung.

Dass Römerstein schon heute zu den wenigen inklusiven Gemeinden gehört (barrierefreie Toilette, App „wheelmap.org“), macht diesen Anspruch glaubhaft; er muss deutlich thematisiert werden.

WERBUNG

Website. Die Arbeit an einer rein touristischen Website beginnt mit ihrer formalen Struktur und emotionalen Anmutung sowie einer Head, also Foto mit Logo/Slogan.

Die Inhalte müssen sich zu Beginn zwangsweise auf schon Vorhandenes beschränken, um dann kontinuierlich weiterentwickelt werden. Für die ersten Schritte braucht es aussagekräftige Fotos und Texte; einen Videofilm halte ich für äußerst förderlich.

Logo. Das derzeitige Logo wurde eher im Sinne eines Gemeindewappens geschaffen, der Aspekt touristisch werbewirksam, stand zu dieser Zeit wohl nicht zur Diskussion.

Zur touristischen Verwendung schlage ich ein neues Logo vor. Da kein Grafiker, beschreibe ich meine Vorstellungen hierzu:

Der Sperber findet sich in Römersteins Wappen, der Römersteinturm im Wappen von Donnstetten. Der Römersteinturm ist zudem das inoffizielle Wahrzeichen der Gemeinde

Die Farben blau und gelb dominieren die Wappen Römersteins und Zainingens, blau zierte zumindest die Spitze des Donnstetter Turms. Das Böhlinger Wappen ist schwarzweiß.

Mein Vorschlag: Sperber und Turm in blau/gelb und schwarz. Markant stilisiert in modern-luftigem Design. Diese Berücksichtigung der traditionellen Wappen trägt sicherlich zur Akzeptanz in der Bevölkerung bei. Mit einem derartigen Logo samt Slogan „Verzaubert sein in Römerstein“ erreichen wir eine unverwechselbare Corporate Identity.

Vorschlag für die URL: www.zauberhaftes-römerstein.de

Diese neue Website steht unabhängig von der bisherigen Römersteiner Gemeindeforum Website. Zwar ist sie in diese eingebettet, kann aber unabhängig von ihr angesteuert werden.

Mit modernen Content Management Systemen (CMS) lässt sich eine professionelle, ansprechende Website kostengünstig gestalten. Was früher mindestens 10.000 € kostete, ist nun für weniger als die Hälfte zu bekommen.

IMAGEFILM/ FOTOS

<https://www.youtube.com/watch?v=OGeZGnShJfw>

<https://www.youtube.com/watch?v=RxqCq0Ojs2s>

Diese Links führen zu Videos von Benedikt Schweizer, einem jungen Filmer und Fotograf aus Mössingen. Mich haben sie sehr angesprochen, und in einem ausführlichen Telefonat hatte ich den guten Eindruck, er kann umsetzen, was für Römerstein wichtig ist, was hierher passt.

Auch seine Preisvorstellungen sind angenehm: Ein etwa 5-minütiger Film kostet bei einem Tagessatz von 400 € ca. 2.500 bis 3.000 €, einschließlich Besprechungen, Schnitt und Vertonung. Das Drehbuch, also vor allem die Auswahl der Motive, muss man ihm liefern.

Motive dieses Video sowie für Fotos zeigen nicht nur die Schönheit der Alb an sich, sondern vor allem spezifische Römersteiner Kleinode. Was ich darunter verstehe, siehe nachfolgende Ausführungen.

OUTDOOR- PORTALE

Wie eingangs erwähnt, bilden Radfahrer und Wanderer unsere Kernzielgruppen. Um sie gezielt anzusprechen, bieten Outdoor-Portale den effektivsten Weg, auch unter dem Aspekt einer optimalen Kosten-Nutzen-Relation.

Auf diesem Markt behaupten sich derzeit vor allem zwei Anbieter, www.komoot.de sowie www.outdooractive.de

Um mich über ihre für Römerstein relevanten Möglichkeiten zu informieren, hatte ich mich für outdooractive (OA) entschieden: Die Zentrale des Unternehmens sitzt unweit in Immenstadt im Allgäu, und eine Mitarbeiterin kam meiner Bitte um einen Termin in meinem Büro innerhalb weniger Tage nach.

In diesem Gespräch stellte sich heraus, mit der Region ist sie vertraut und OA kooperiert seit längerem mit den hiesigen Tourismusverbänden. Dies sehe ich bei anzustrebenden Vernetzungen von Vorteil.

Eine Kooperation mit vergleichbaren Portale, bzw. zumindest ihre Nutzung ist natürlich möglich.

Angefügte [Powerpoint-Präsentation](#) bietet einen Einblick über die Möglichkeiten, in OA für Römerstein als Tourismusdestination zu werben.

Nicht ersichtlich wird in dieser Präsentation, welche Wege es gibt, mit privaten Aktivitäten als Nutzer (User) von OA auf Römerstein als attraktive Wander- und Radfahrgemeinde aufmerksam zu machen; und zwar ohne Kosten. Auch wenn ich die Tiefen dieser digitalen Welt nicht wirklich erschlossen habe, soviel kann ich derzeit sagen:

Diese Portale leben nicht zuletzt davon, dass sich ihre Nutzer (User) als Teil einer virtuellen Gemeinschaft (Community) verstehen. Dazu gehört, eigene Tourenvorschläge zu veröffentlichen, über selbst erwanderte, erradelte Touren zu berichten, sie zu bewerten. Das geht soweit, dass es möglich ist, ausgewählte Mitglieder (Freunde) an einer Tour in Echtzeit teilhaben zu lassen.

Veröffentlichte (gepostete) Inhalte (Contents) beinhalten nicht nur kommentierte kartografischen Routen, sondern ebenso Fotos und Videos.

Zusammengefasst bedeutet das, eine Community von Römersteiner*-Innen könnte so viel Routen samt Contents posten, wie sie zuwege bringt, ohne Kosten.

Ich halte das unter mehreren Aspekten für erstrebenswert. Zum einen, des praktischen Nutzens wegen – Werbung zum Nulltarif. Zum anderen kann eine solche Initiative bürgerschaftliches Engagement fördern; mit einem Instrumentarium, das vor allem in generell nicht einfach zu motivierenden Altersschichten akzeptiert und attraktiv ist.

Die für Radfahrer vielseitigen technischen Möglichkeiten dieser Portale erschließen sich nicht ganz einfach. Vor allem ältere Generationen wären daher für eine Einführung dankbar.

Denkbar sind Kurse in Kooperation mit dem örtlichen Fahrradgeschäft Haas. Hier könnten theoretische Erläuterungen im Zusammenhang mit Übungstouren angeboten werden.

Zu dieser Kooperation gehört auch die Installation von Ladesäulen für E-Bikes, Reparaturboxen u.ä.

Weitere touristische Dienstleistungen von OA sind hier aufgeführt.

<https://corporate.outdooractive.com/de/produkte>

Dazu gehören auch Schnittstellen zu social-media-Portalen, also Facebook und Co. sowie die Einbettung der Datenbank auf die Römersteiner Website.

Ein willkommener Nebeneffekt ist die Aktualisierung der überalterten Wanderkarten.

PRINT- WERBUNG

Imageprospekt.

Auch wenn Prospekte, Flyer, Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften nicht der Vergangenheit angehören, ihre Bedeutung als Werbemedien schwindet. Das muss sich auch bei den Media-investitionen Römersteins auswirken.

So halte ich es für angemessen, einen Imageprospekt „Verzaubert sein in Römerstein“ lediglich als Mitprodukt der Website zu produzieren. Das heißt, Website und Prospekt sind in Layout und Inhalt identisch, Kosten für Konzeption und Gestaltung des Prospekts also zu vernachlässigen, sein Druck ist in Zeiten von Internetdruckereien äußerst günstig.

Rechenbeispiel: Broschüre, Auflage 2.500, 24 Seiten DIN A4 auf ordentlichem Papier unter 1.000 Euro brutto.

Gedruckte Wander-, bzw. Radfahrführer.

„Was man schwarz auf weiß besitzt, kann man getrost nach Hause tragen.“ – Goethes Erkenntnis gilt in abgewandeltem Sinn auch hier: Nicht komplett auf digitale Information programmierte Mitmenschen – also ein großer Anteil unserer Zielgruppe – freut sich an bedrucktem Papier und benutzt es auch.

Auch hier bietet OA professionellen Service. Wie, zeigt das Beispiel der Radfahrbroschüre Münsingen, dessen auch technische Umsetzung OA erledigte.

<file:///C:/Users/Bernd/AppData/Local/Temp/e-Bike+Brosch%C3%BCre-1.pdf>

Resümee:

- An der Nutzung eines OutdoorPortals geht kein Weg vorbei.
- Um Details zu klären – auch finanzielle – bitten wir die Immenstadter Repräsentantin von OA zu einem Informationsgespräch. Ob auf Verwaltungsebene oder im Gemeinderat, bleibt Ihnen überlassen, ich neige zu Ersterem.

Kontakt Friedericke Zink

0171 2924384

08323 8006 215

Friederike.Zink@outdooractive.com

Neben den genannten Outdoor-Portalen existiert eine Vielzahl an virtuellen touristischen Publikationen von Verbänden und Initiativen. Und bundesweit veröffentlichten Tageszeitungen und Magazine in Sonderseiten konkrete touristische Tipps. Diese Medien gilt es zu eruieren, auf ihre Relevanz für Römerstein zu bewerten und mit Inhalten zu versorgen.

THEMEN- RUNDWEGE

Nachfolgende markante Örtlichkeiten lassen sich natürlich für Wanderer und Radfahrer gleichermaßen ansteuern. Streckenführung der Rundwege, Länge/Dauer bleiben Ortskundigen überlassen, idealerweise aus den Reihen des Schwäbischen Albvereins. Eine insgesamt enge Kooperation mit dem örtlichen Albverein ist angeraten, alleine wegen dessen derzeitigen Aktivitäten für neue Rundwege und eine künftig einheitlichen Beschilderung.

Asphaltierte Wege eignen sich auch für Inlineskater oder Sommerskilanglaufloipen. Im Gespräch mit Matthias Etzel von der Skizunft wurde deutlich, dass hier ein grundsätzliches Interesse an einer Kooperation besteht. Ausführungen zum Wintersport folgen.

Kategorien der Themenrundwege.

- ❖ Spazierwege auch für Menschen mit Behinderungen, Rollstuhl oder Rollator.
- ❖ Spazierwege auch für Menschen mit zwar intakter, aber altersbedingt eingeschränkter Mobilität.
- ❖ Wanderwege, die in Streckenlänge und Schwierigkeitsgrad höhere Ansprüche stellen.
- ❖ Radwege für klassische Tourenräder, auch für Familien mit Kindern.
- ❖ Radwege in Streckenlänge und -führung für anspruchsvollere Radler.
- ❖ Radwege für Mountainbiker.

Dass sich Routen unterschiedlicher Kategorien und Streckenverläufe überschneiden können, ist selbstverständlich.

„Römersteiner Rundwanderwege“ bedeutet natürlich nicht, dass diese ausschließlich auf Römersteiner Gemarkung verlaufen. Entscheidend ist ihre Konzentration auf Römersteiner Sehenswürdigkeiten und Angebote, sinnvollerweise samt Start- und Zielort.

Erstrebenswert ist eine enge Kooperation mit dem Biosphärengebiet, bzw. den regionalen Tourismusverbänden Schwäbische Alb, Mythos Schwäbische Alb, von Münsingen und Bad Urach.

Die Liste der Highlights beinhaltet ausschließlich schon existierende „liebenswürdige Kleinigkeiten“. Um sie für Besucher wahrnehmbar, erlebbar zu machen, bedarf es lediglich der aufgeführten Maßnahmen wie Schautafeln und Vitrinen.

Böhringen

- Brauerei
 - Schautafel/Vitrine/Warenautomat/Führung
 - Gastronomie
 - Nutzung des Sägewerks
- Becka Beck
Schautafel/Vitrine/Warenautomat/Führung/Verkostung
- Restaurator Matthias Raum
Schautafel/Vitrine
- Kutschenbau Friedrich Niethammer
Schautafel/Vitrine
- Rappenfelsen, Kolkraben
Schautafel
- Hallstadt-Höhle
Schautafel
- Gallenbrunnen
Schautafel
- Mühlengenossenschaft
Schautafel/Vitrine/Warenautomat/Führung
- Ruine Böhringen
Schautafel
- Gängleswegle, Rainer Bächtle
Führungen und Schautafel
- Staudengärten, Marianne Geckeler
Führungen und Schautafel
- Kirche
- Aglishardt
Hier kenne ich keine Möglichkeit einer touristischen Nutzung.

Donnstetten

- Römersteinturm evtl. mit Installation zum Thema „Wir helfen einander, wir danken einander“
- Orgelbauer Andreas Schmutz
Kleine Orgel aus Stahl inmitten des Waldes
- Hüle mit Schautafel zu Donnstettens großer Skivergangenheit und Hülenbrunser als Dauerinstallation
- Sommerbobbahn
Ort für Werbetafeln und Infomaterial
- Schäferei Dangel
- Grüner Baum (evtl. in Kooperation mit Brauerei)
- Heimatmuseum, (evtl. mit moderner Attraktion?)
- zusätzlich Römerausstellung (Vernetzung mit Heidengraben)
- Historischer Bierkeller, früher Löwen
- Freunde Alter Technik. Evtl. Besichtigungen in einer zukünftigen Halle. Oder zumindest ein frei zugängliches Exponat plus Schautafel.

Zainingen

- Historische Kirche
- Hüle
 - Historische Modellbootle (siehe <http://www.ksta.de>) Schautafel/Vitrine
 - Ausstellung archäologische Fundstücke/Schautafel
 - Ausstellung Flora und Fauna/Schautafel
 - Hakenmann, Audio für Kinder
- Hauswirth, Künstler – Dauerausstellung
- Marcia Haydée – Vitrine/Schautafel in Dorfmitte
- Keltisches Gräberfeld
Schautafel (Vernetzung mit Heidengraben)
- Sternenguckerplatz

Strohweiler

- Bauernhof Peter Werner
Schaufeln/Vitrinen/Führungen
- Schautafel freie Hunde, augenzwinkernd
- Brunnen und Tränke, historisch. Rastplatz mit Quellwasser
Schaufel/Vitrine, Demonstration Wasserversorgung von 1875
- Intaktes Dorf an sich
- Brennerei,
Verkostung, Besichtigung, Direktvermarktung

Noch zu definierende, ortsteilübergreifende Elemente

Weitere liebenswerte Details wie eine Ruhebänk mit schöner Aussicht, ein freistehender Baum, eine Felsformation, die Weite des „Hesel“, ein Weg, der für sich alleine eine Besonderheit darstellt, zum Beispiel die Lange Steige zwischen Böhringen und Schlattstall.

Künstlerische Elemente können einen gänzlich neuen Akzent setzen, medienwirksam, imagebildend, prägnant und unterhaltsam. Konkret: Wetterfeste Gemälde. Ein Beispiel: Gemälde auf wetterfesten Planen, technisch leicht herzustellen sowie ohne großen Aufwand zu installieren.

<http://defellrath.altervista.org/kunst-projecte/>

Organisieren und verwirklichen vermag das die in Donnstetten ansässige Kunstakademie „Kunstfleck“ von Petra Nowak, die gerne bereit ist, sich entsprechend zu engagieren.

www.kunstakademie-roemerstein.de

Denkbar wäre ein Malwettbewerb zu einem Inhalt, der zu Römerstein passt. Ich denke hier an das aus Donnstetten stammende Motto, *„Wir helfen einander, wir danken einander“* (Wir diskutierten es im Zusammenhang mit meinem Zwischenbericht, und es wurde für gut befunden). Die prämierten Bilder werden innerhalb der Ortsteile oder/und in freier Natur ausgestellt.

Marcia Haydee. Als aktive Balletttänzerin war sie die weltbedeutendste Primaballerina überhaupt. Eine Ikone des Balletts ist sie bis heute. Mit 83 Jahren leitet sie nach wie vor das Ballett von Santiago de Chile. Etwa die Hälfte des Jahres lebt sie mit ihrem Mann in Zainingen.

Unser Gespräch führte zu dem Ergebnis, dass sie sich über ein Zeugnis ihrer Kunst in Zainingen freuen würde. Wie dies aussehen kann, ist offen. Erste Vorstellungen gehen in Richtung eines Exponats nahe der Hüle. Von Ortsvorsteher Markus Claß kam der charmante Gedanke, hierfür das ehemalige Waaghäuschen zu nutzen.

Welchen Nutzen bringt dieses Engagement? Auch wenn Ballett keine Menschenmassen anzieht, zumindest ihre prominentesten Künstler genießen eine auch breitere – weltweite – Popularität sowie Beachtung in den Medien.

Auch hier können wir einen gänzlich neuen Akzent setzen, medienwirksam, imagebildend, prägnant und unterhaltsam. Und als Attraktion der Rundwege bildet ein Ehrenmal ein besonderes, überraschendes Highlight.

Naturzeugnisse.

Diese interessante Auflistung stellte Adalbert Eiben,
Vorsitzender des NABU Römerstein, zur Verfügung:

Vorschlag für Naturerlebnis-Stationen auf Gemarkung Römerstein NABU-OG Römerstein

Dieser Vorschlag soll Besucher Römersteins ansprechen, die auch noch etwas Natur erwarten bzw. sehen und erleben wollen. Hier soll bewusst **kein** "Naturerlebnispfad" entstehen, wie sie vielerorts schon existieren. Diese Stationen sind einzeln oder einige gebündelt auf Römersteiner Gemarkung verstreut und können von den Besuchern "erwandert" bzw. "erkundet" werden.

Viele dieser vorgeschlagenen Stationen sind entweder schon vorhanden oder können mit wenig Aufwand angelegt werden. Die Kosten sind deshalb gering. Neben einer Infotafel für die Erwachsenen könnten die Stationen auch für Kinder in Form von Rätseln, Fragen, Suchspielen... attraktiv gestaltet werden. Beispiele: Stausee Glems (hergestellt vom NABU Metzingen); Naturerlebnispfad bei Granheim.

Werbung: z.B. Erstellung eines Flyers (auch zusammen mit anderen Attraktionen Römersteins), in dem auf die Naturerlebnisstationen hingewiesen wird und der auch Wegbeschreibungen enthält.

<u>Station</u>	<u>Ort</u>	<u>Anmerkungen</u>
"Mustergarten"	Böhringen	Garten von Marianne Gekeler; Infotafel
Lebensraum "Steinriegel"	tbd	Steinriegel aufschütten mit Acker-Lesesteinen; Schautafel
Lebensraum "Totholz"	mit Förster Genkinger abstimmen	Stamm/Stämme am Weg bzw. Waldrand aufschichten; Infotafel
Biotop "Magerrasen"	vorhanden: z.B. Vogelloch u. Halde in Zainingen; Kanzel in Do; Sandbuckel in Zai ...	Infotafel(n) aufstellen
"Naturwiese"	vorhanden: z.B. Stolzer Grund, Zai	Infotafel aufstellen
Lebensraum "Streuobstgebiet"	vorhanden: z.B. "im Loch", Donnstetten; <i>Stolzer Grund</i> , Zainingen	Infotafel(n) aufstellen
"Vögel und Nisthilfen"	tbd	Vorbild: s. NABU Metzingen beim Glemser Stausee
"Kräuter und Heilpflanzen"	tbd	Beratung evt. Frau Loni Geigle, Hengen
Lebensraum "alte Bäume"	vorh: z.B. "im Vogelloch", Zainingen; unterhalb Sportplatz, Do; <i>mit Förster Genkinger abstimmen</i>	Infotafel(n) aufstellen
"Wildbienen"	evt. in Verbindung mit Naturwiese oder Magerrasen	Wildbienenhaus und Infotafel aufstellen
Biotop "Feuchtgebiet"	vorh.: z.B. Zehntenwiesen, Do, "bei den Buche", Do, Teich "Reibstall", Zai	Infotafel(n) aufstellen
"Spechtbaum"	evt. in Verbindung mit alten Bäumen; mit Förster	Infotafel aufstellen
"Schwalbenturm"	Donnstetten, bei Bernd Keppler	vorhanden

RADWANDERN

Neben Rundwegen, die innerhalb oder nahe der Römersteiner Gemarkung verlaufen, ist die Anbindung an Radwanderwege unverzichtbar:

Sei es eine Route, die schon heute durch Römerstein verläuft, wie etwa der Alb-Neckar-Radweg, sei es der Donau-Radweg. Er zählt mit einer Länge von 200 Kilometern zwischen Donauursprung und Ulm zu den schönsten Europas und ist entsprechend stark frequentiert. An seiner Strecke liegt Blaubeuren, gerade mal 25 Kilometer entfernt von Zainingen. Anreize für einen Abstecher nach Römerstein können die Themenradwege sein, aber nur, wenn auch Einkehr und Ladestationen sowie Übernachtung geboten werden.

Über die Einbindung von Wegenetzen angrenzender Gemeinden, des Biosphärengebiets sowie die Vernetzung mit hiesigen Tourismusverbänden siehe weiter unten.

Werbemöglichkeiten im weitgefächerten Feld von Radwanderungen erschließen sich über die genannten Outdoor-Portale sowie angrenzende Tourismusverbände.

WINTER, JAHRESZEIT

Römerstein – eine Hochburg des Wintersports auf der Schwäbischen Alb, in erster Linie für Langläufer. Insbesondere Donnstetten blickt dabei auf eine große Vergangenheit, Devotionalien findet man im dortigen Heimatmuseum.

Diese Tradition hält die Skizunft Römerstein für den ganzen Ort erfolgreich am Leben. Bei genügend Schnee sind Loipen und die Skilifte Donnstetten, Salzwinkel und im Hesel bestens frequentiert; dass Letzterer von Ski-Club Hülben betrieben, ändert nichts an der Relevanz für Römerstein.

Inwieweit einzelne Wander/Radtouren auch für Loipen geeignet sind, sollte man prüfen, bzw. bei deren Planung diese zusätzliche Möglichkeit berücksichtigen. Ob eine Ausweitung des bestehenden Loipen-Angebots nutzbringend sein kann, entzieht sich meiner Beurteilung.

Wirklich relevant ist ein anderer Aspekt: Wie kann Römerstein von seiner Attraktivität auch für Wintersportler zukünftig besser profitieren?

Grundsätzlich sehe ich zwei Möglichkeiten:

1. Das bestehende Angebot samt „weichen Faktoren“ wie Tradition in die (Image-)Werbung Römersteins einfließen lassen.
2. Angebote für Wintersportler, Geld auszugeben. Beispiele: Der „Grüne Baum“ und das Heimatmuseum.

Zum „Grünen Baum“ eine Anmerkung: Dass er auch nach dem Rückzug der derzeitigen Betreiber weiterlebt, ist im größten Interesse Römersteins insgesamt. Privatwirtschaftliche Initiativen lassen hoffen; sie müssen so gut wie nur möglich unterstützt werden.

Beim Heimatmuseum stelle ich mir Vereinsgastronomie vor, also Glühwein, Bratwürste & Co. Als „Lockmittel“ kann die erwähnte Skitradition dienen.

Beispiel: Der Verkaufsstand nennt sich „Finnlandstüble“, beworben mit Kopien historischer Zeugnisse (Devotionalien), die auch verkauft werden. Das Angebot vom „Grünen Baum“ braucht an dieser Stelle nicht erörtert werden.

Beide müssen an Lift und Loipen werben dürfen, und in allen Römersteiner Werbemedien gebührend berücksichtigt werden.

BESONDERE EXTERNE ATTRAKTIONEN

Naturschutzzentrum Schopfloch

Nur wenige Autominuten entfernt und eine Attraktion mit jährlich etwa 25.000 Besuchern. Vor allem ein Magnet für Familien, da für Kinder optimal konzipiert.

- ❖ Prüfen, ob Kooperation bei Werbung und PR möglich.
- ❖ Station eines ThemenRundwegs.

Heidengraben

„Erlebnisfeld Heidengraben“ – mit Investitionen von 5,5 Millionen Euro direkt vor der Römersteiner Haustür.

Das Projekt wird Strahlkraft für die ganze Region entfalten. Es sollte geprüft werden, ob und wie hiervon auch Römerstein profitieren kann. Mögliche Vorteile:

- ❖ Zeitgemäße Fremdenzimmer, da in der ganzen Region ein zu knappes Angebot.
- ❖ Prüfen ob Böhlinger Bier platziert werden kann.
- ❖ Römerstein bei Werbung und PR integrieren sowie vor Ort mit Prospekten und Hinweisen.

Hier ist neben Kontaktpflege auch Phantasie gefordert: Werbeplakat an Grabenstetter Hauswand oder auf einem Grundstück. Römersteiner Website mit Suchbegriffen zum Heidengraben, also google-Präsenz usw.

Biosphärenbus

Es spricht vieles dafür, hier einen zweiten Anlauf zu unternehmen. Zum einen, weil er unbestritten eine wirkungsvolle Werbemöglichkeit bietet, zum anderen, weil er für das Konzept ThemenRundweg wie maßgeschneidert ist.

Truppenübungsplatz

Auch wenn man über Nutzung und touristische Attraktivität des ehemaligen Truppenübungsplatzes streiten mag, seine Bedeutung als Magnet ist unbestritten.

Für Römerstein birgt er eine Reihe von bisher kaum genutzten Chancen:

- ❖ Lenkung von Radfahrern hin nach Zainingen, also seine Einbeziehung in die Themenrundwege.
- ❖ Prominente Erwähnung Römersteins in allen Zusammenhängen mit dem TrÜPl, in Werbemedien, bei Beschilderungen.
- ❖ Spezifisch auf die eingeschränkte Nutzungsmöglichkeit des Geländes abgestimmte Angebote wie Inlineskaten oder Kutschfahrten.

BESONDERE RÖMERSTEINER ATTRAKTIONEN, BZW. ANGEBOTE

Rübengeisterfest für Kinder. Mein Gespräch mit Marianne Geckeler brachte dieses schöne Ergebnis:

Auf einem ihr gehörenden Böhlinger Acker stecken Kinder im Frühjahr Rüben, begleitet von einem kleinen Fest. Im Herbst zieht jedes Kind seine Rübe und schneidet daraus seinen Rübengeist. Gemeinsam zieht man durch den Ort. Was in Böhringen beginnt, kann in allen Ortsteilen übernommen werden.

Imagebildend: Ein liebenswerter Kinderbrauch nach langer Tradition. Selbst geschnittener Rübengeist statt Halloweenlaterne aus dem Internet, romantisch-authentisches Ambiente – Zeugnis für Römerstein als Ort der liebenswürdigen Kleinigkeiten.

Direktvermarktung

Mögliche Anbieter schon heute: Brauerei Böhlinger, Integrative Landwirtschaft Peter Werner in Strohoweiler, Mühlengenossenschaft, Brennerei, Schäfereien. Maßnahmen:

- ❖ Anstöße für weitere Anbieter sowie deren Förderung
- ❖ Koordination der Vermarktung
- ❖ Die Mühlengenossenschaft sehe ich als mögliches Verkaufszentrum für Direktvermarkter.

Einheit von Tourismus und Wirtschaft

Werbung und PR für Römersteiner Tourismusangebote dienen zumindest mittelbar der ganzen heimischen Wirtschaft. Unmittelbare Zusammenhänge ergeben sich bei Unternehmen, die zum einen weit über die Region hinausgehend einzigartig und zum anderen in einem auch für die Allgemeinheit interessanten Metier tätig sind.

Eine Leistungsschau für Römersteiner Firmen aller Art sorgt für Belebung insgesamt, ein praktiziertes Wir-Gefühl, und für einen großen Teil der Aussteller bringt sie handfesten Nutzen.

Von allgemeinem Interesse sind die Werkstatt für Buch- und Papierrestaurierung von Matthias Raum sowie der Orgelbau-Meisterbetrieb von Andreas Schmutz.

Beide sind geeignet, einen für Römerstein markanten Akzent zu setzen: Hier sind (kunst-)handwerkliche Spezialisten von internationalem Rang zuhause.

Gespräche mit den Inhabern zeigten, sie sind an einer wie auch immer gearteten Präsentation ihrer Leistungen durchaus interessiert.

- ❖ Bei Matthias Raum etwa in Form einer Schautafel, bzw. Vitrine auf dem Betriebsgelände. Über eine Art Kostprobe seines Handwerks als Souvenir über Direktvermarkter sollte man nachdenken.
- ❖ Eine Orgel aus Stahl mitten im Wald – für Andreas Schmutz eine Idee, die zu verfolgen sich lohnt. Verwirklichen ließe sie sich mit einem ansässigen metallverarbeitenden Betrieb. Mit diesem Objekt läßt sich Römerstein mit hohem Aufmerksamkeitswert bundesweit in allen Medien platzieren. Für die Rundtouren stellen sie ein absolutes Highlight dar.

Über professionelles Marketing von BeckaBeck brauche ich hier nichts auszuführen. Wünschenswert wäre, einzelne Aktivitäten der Gemeinde mit ihm gemeinsam zu entwickeln, bzw. mit seinem Produktangebot zu promoten. Beispiel: Römersteiner Orgelpfeifen und Bierbrezeln, Werbung auf Bäckertüten. Wiederbelebung des Dinkel-fests.

Weitere Anregungen in Stichworten:

- ❖ Pferdekutsch-/schlittenfahrten Sommer/Winter.
- ❖ Nordic-Walking-Kurse in Kooperation mit örtlicher Physiotherapiepraxis
- ❖ Römersteinturm nicht nur als Ausflugsziel, sondern auch mit Angeboten; z.B. einem historischen Kiosk. Ein besonderes Highlight: Ort für standesamtliche Trauungen.

In Römerstein realisierbar ist ein attraktives Komplettangebot für Hochzeiten:

Kirchliche Trauung in der Zaininger Martinskirche, feiern im A(r)telier Hauswirth, Catering durch ansässige Gastronomie, romantisch-vergnüglihe Stunden bei oder auf der Zaininger Hüle.

- ❖ Erweiterung des Campingplatzes mit einem Wohnmobilstellplatz. Angesichts des anhaltenden Booms bei Wohnmobilen erscheint dies unumgänglich.
Ein zusätzlicher Wohnmobilstellplatz an der Bobbahn drängt sich geradezu auf: Ausreichend Fläche in geeigneter Lage, und mit der Firma Schönleber ein perfekter Servicebetrieb gleich nebenan.
- ❖ Der Sternenguckerplatz in Zainingen – ein im Dunkeln leuchtendes Römersteiner Kleinod. www.sternenpark-schwaebische-alb.de zeigt eine Fülle an ebenso hochwertigen wie lebenswürdigen Angeboten, auch für Kinder. Sie in Kooperation mit den Initiatoren prominent zu präsentieren, bringt einen sehr guten Kosten-Nutzen-Effekt. Wie öffentlichkeitswirksam der Sternenguckerplatz sein kann, ist hier zu sehen:
- ❖ <https://www.swr.de/wissen/odyssey/broadcastcontrib-swr-34382.html> (Minute 0.40 bis 2.40)

INITIALINITIATIVEN

Initialinitiativen – also Initiativen, die einen Prozess in Gang bringen, eine Entwicklung anstoßen, Signalwirkung entfalten. Sie stehen schon immer für Fortschritt und Neuanfang. Dies gilt auch in unserem Fall für eine ernsthafte, nachhaltige Entwicklung des Römersteiner Tourismus.

Wie schon ausgeführt, baut diese Konzeption darauf auf, in Römerstein schon bestehendes Potenzial zu nutzen und weiterzuentwickeln. Um jedoch bei Einwohnern und Wirtschaft neue Wege zu öffnen, Kräfte zu mobilisieren, zu Engagement und Investitionen zu ermutigen, bedarf es eines wegweisend bedeutsamen Projekts. Wenn davon gleich mehrere und dazu ebenfalls aus der Mitte Römersteins, bedeutet dies einen außerordentlichen Glücksfall.

Konkret spreche ich von drei Projekten:

Hirschbrauerei.

Unter neuer Leitung und mit neuem Schwung. Eine Unterredung mit Werner Lanz eröffnete eine Vielzahl an denkbaren neuen Angeboten, bevorzugt im gastronomischen Bereich. Schon sie allein sind geeignet, Römerstein entscheidende Impulse zu verschaffen. Und: Jede außerhalb Römersteins verkaufte Flasche Bier wirbt für Römerstein.

Die Präsentation und Erörterung seiner Vorstellungen bleibt Werner Lanz vorbehalten. An dieser Stelle daher nur der dringende Rat: Kooperieren Sie, unterstützen und fördern Sie, so gut es Gemeinderat und Verwaltung vermögen.

Integrative Landwirtschaft von Peter Werner.

Dieses Projekt muss nicht entstehen, es existiert und funktioniert. Das Besondere an dem Bauernhof, er verfolgt nicht ausschließlich wirtschaftliche Ziele, sondern verwirklicht gesellschaftlich wertvolle Ansprüche:

Solidarität zwischen Erzeuger und Kunden, die Inklusion eingeschränkt fähiger Menschen, natur- und umweltverantwortliche Produktion, respektvoller und artgerechter Umgang mit den Tieren.

www.hofwerner.de bietet einen Überblick über Aktivitäten und Visionen.

Mit diesem Hof beheimatet Römerstein einen beispielhaft modernen und ambitionierten Betrieb, der geeignet ist, selbst über die Region hinaus Beachtung zu finden. Seine zahlreichen Kunden und Besucher – auch Schulklassen und Fachpublikum – sorgen für Belebung, auch in wirtschaftlicher Hinsicht und tragen zur Bekanntheit und einem positiven Image Römersteins bei.

Auch hier gilt: Kooperieren Sie, unterstützen und fördern Sie, so gut es Gemeinderat und Verwaltung vermögen.

Kunstakademie von Petra Nowak

Ihre Teilnehmerinnen kommen aus dem ganzen deutschsprachigen Raum; meistens in Begleitung der Partner. Die meisten Kurse erstrecken sich über mehrere Tage.

Das bedeutet, sie brauchen Übernachtungsmöglichkeiten, bevorzugt in gehobener Kategorie – in Römerstein Fehlanzeige. Petra Nowak plant daher ein eigenes Gästehaus. Hier sehe ich eine Chance für ein impulsgebendes Vorhaben. Voraussetzung ist, das Gästehaus befindet sich an einem exponierten Ort und beinhaltet ein zusätzliches Angebot.

Konkretes Beispiel: Ein in einer Ortsmitte gelegenes, saniertes Gebäude mit öffentlichem Tagescafé. Hier würde für alle Römersteiner sichtbar, es bewegt sich etwas, und zwar nicht nur für Gäste, sondern auch für uns selbst.

Die Donnstetter Akademieräume, großzügig, hell und mit großem Garten, bieten sich für auch öffentliche Veranstaltungen an – für Vernissagen, Musik, oder etwa zur Präsentation des Malwettbewerbs „Wir helfen einander, wir danken einander“.

REALISATION

Kurz und bündig gesagt: Um das Potential des Konzepts bestmöglich umzusetzen, empfehle ich dringend einen Tourismusbeauftragten im Rahmen einer 50%-Stelle. Etliche Kommunen in der Region haben sich schon dafür entschieden und machen durchweg gute Erfahrungen damit.

Eine Ausweitung der Stelle auf die Förderung der Römersteiner Wirtschaft ist denkbar. Es ist zu wünschen, dass ein Zusammenspiel mit dem örtlichen Wirtschafts- und Tourismusverein den finanziellen Rahmen erweitert.

Auch ein Informationsbüro für Gäste und Besucher ist auf Dauer unerlässlich. Die räumliche Einheit mit dem Arbeitsplatz Tourismus wäre sinnvoll, evtl. auch mit einem Verkaufszentrum für Direktvermarkter.

Worauf es nun ankommt: Den Willen, die Chancen zu nutzen, Beharrlichkeit und Teamgeist, Kreativität und Optimismus.

VIEL ERFOLG!

Gomadingen, September 2020
Bernd Richard Hinderer