

MAX HABERSTROH

**CONSULTOR INTERNACIONAL EN TURISMO SOSTENIBLE
GERENCIA DE MARCA (BRANDING)
MANAGEMENT Y MERCADEO DE DESTINO**

04. Juli 2010

(Offener Brief)

**Kühne Ideen mit Bodenhaftung
Qualitätstourismus in der Wasserfall-Region – worum es geht**

Liebe Entscheider in der Wasserfall-Region,

bei einem ‚Drei-Seen-Konzept‘ ginge es vor allem darum, das Profil der Wasserfall-Region als einzigartiges, authentisches und maßgeschneidertes Reiseziel für exakt definierte Zielgruppen zu schärfen. Darin liegt das Wesen eines Qualitätstourismus überhaupt. Herzstück wäre ein Schwarzwaldhof-Ensemble auf dem früheren Bühler-Areal, bestehend aus Original-Bauernhof, Mühle, Kapelle und Löschweiher.

Auf den Punkt gebracht würden Glanzlichter aus der heimischen Kultur, gefällig drapiert wie in einem Schaufenster. Dabei läge die Originalität des Projekts in der Verbindung von lokaler kulturhistorischer Wohn- und Arbeitsarchitektur mit einer Leistungsschau aus Objekten heimischer Industrie, regionalen Handwerks und typischer landwirtschaftlicher Erzeugnisse. Dies alles würde dem Besucher obendrein noch interaktiv näher gebracht. Kinder sollen ihre Eltern fragen. „Wann kommen wir wieder hierher?“

Strategen wissen: Hinter vermeintlicher Schwäche kann sich Stärke verbergen. So ließe sich aus der mitunter als nachteilig empfundenen Topographie Tribergs ein höchst außergewöhnliches Stadtpanorama bilden: Im schrägen Winkel hätte der Besucher den Draufblick auf das Schwarzwald-Ensemble – ein Szenario, das seinen Reiz aus der Spannung von ländlicher und städtischer Kulturlandschaft bezöge. Seine Dreidimensionalität würde durch die Berglandschaft drum herum verstärkt. Inhaltlich könnte sich das Ensemble zum Schwarzwaldmuseum hervorragend ergänzen.

MAX HABERSTROH

CONSULTOR INTERNACIONAL PARA TURISMO SUSTENTÁVEL
GERENCIAMENTO DE MARCAS (BRANDING) GESTÃO E MARKETING DE DESTINOS
TEL. ALEMANHA ++49-7722-91 92 11, CELULAR ++49-175-65 85 286
haberstroh-max@t-online.de
www.maxhaberstroh.de

Das ‚Drei-Seen-Konzept‘ will den Blick nach vorn öffnen, der Wasserfall-Region Zusammenhang und Gesicht verleihen und das Schwarzwald-Ensemble mit Bergsee, Wallfahrtskirche, Stauweiher (Adelheid) und Panoramaweg verbinden. Heraus käme ein variantenreiches ‚innerstädtisches Naturwegenetz‘ zum Spaziergehen, Genießen und Innehalten. Dabei könnte neben der Bergseegastronomie auch die Wallfahrtskirche wieder mehr in den Blickpunkt rücken und an die Blütezeit früherer Wallfahrten anknüpfen. Gerade im örtlichen Gesundheits- und Wellnessbereich ergäbe sich dadurch eine das physische Wohlbefinden ergänzende spirituelle Ansprache – für Gäste wie Einheimische. Und das suchen die Menschen.

Fehlt nur noch der Clou, hört man aus Bürgermeisterämtern: zum Beispiel ein ‚Hotel zur Kuckucksuhr‘. Es müsste nicht unbedingt auf dem Bühler-Areal stehen: Mit kunstvoll im Relief geschnitztem Uhrenschild und Original Kuckuck-Uhwerk ausgestattet, könnte die ‚Kuckucksuhr‘ das generelle Bemühen der regionalen Anbieter um Ursprünglichkeit und Echtheit handwerklich und künstlerisch zum Ausdruck bringen – und zwar innen und außen.

Der Kick: Diese ‚richtige‘ Kuckucksuhr, die nicht im Wetterhisli-Look dastünde, wäre ein Meisterwerk authentischer Holzbildhauerkunst aus der Wasserfall-Region, realisiert als ein Individualreisende ansprechendes ‚Themen‘-Hotel, mit ‚Eichhörnchen-Suite‘, ‚Unruhe-Doppel‘ oder ‚Jagdfieber-Lounge‘, dazu in das Fassadenschnitzwerk integrierte Balkons. Es entstünde ein wahres Kunstwerk von Charme und praktischem Nutzen, betrieben mit erneuerbarer Energie aus Wasserkraft und Photovoltaik (womöglich sogar aus einem ‚Solarpark Adelheid‘?). Eine derartig kreativ gelöste Verschmelzung aus alt und neu strahlte als Alleinstellungsmerkmal über die Region hinaus und wäre wohl nur schwer zu überbieten.

Kühne Ideen brauchen einen langen Atem – und Bodenhaftung. Sie liegt in der Rückbesinnung auf den Angebotskern der Wasserfall-Region. Gut ausgeschilderte Wanderwege zeigen an, wo es lang geht, und ein Wanderführer mit Herz und Verstand erläutert, was man sieht, lässt nachempfinden, was man nicht sieht, und schöpft aus dem Fundus zahlloser Geschichten und Legenden: Viele erinnern sich heute noch gerne an den ‚Wandermax‘ aus Schonach, der mit Humor und Sinn für Überraschungen Gäste aus nah und fern auf Trab und bei Laune hielt, sie durch einen zeitlos herrlichen Wald führte, der sein eigenes Sterben, das Waldsterben, längst überwunden hat – und lebt.

In diesem Sinne grüßen Sie freundlich
Rudolf und Max Haberstroh
www.maxhaberstroh.de.

MAX HABERSTROH

CONSULTOR INTERNACIONAL PARA TURISMO SUSTENTÁVEL
GERENCIAMENTO DE MARCAS (BRANDING) GESTÃO E MARKETING DE DESTINOS
TEL. ALEMANHA ++49-7722-91 92 11, CELULAR ++49-175-65 85 286

haberstroh-max@t-online.de
www.maxhaberstroh.de