



Gästeführer im historischen Gewand und eine alte Schulbank weckten am gemeinsamen CMT-Messestand von Weinsberg und Obersulm das Besucherinteresse. Foto: Gustav Döttling

# Tagesgäste anlocken

**MESSE** *Gemeinden aus dem Weinsberger Tal werben auf der CMT*

Von Gustav Döttling

Interessiert beugt sich Rentner Albert Würth aus Stuttgart-Möhringen über den neuen Prospekt des Schul- und Spielzeugmuseums von Obersulm-Weiler. „Das Spielzeugmuseum ist im letzten Jahr neu eingerichtet worden“, erläutert Martina Hartmann-Müller von der Obersulmer Rathausverwaltung am Stand der Tourismusgemeinschaft Heilbronner Land (TG) dem Besucher der Urlaubsmesse CMT in Stuttgart. „Ich kenne diese Gegend und Weiler aus meiner Jugend, diese alte Schulbank erinnert mich an meine eigene Schulzeit in Dimbach“, freut sich der ehemalige Fassküfer über Informationen aus seiner alten Heimat.

„Die Leute fragen uns, wen wir darstellen, Kerner kennen erstaunlich viele“, sagt die Weinsberger Gästeführerin Anneliese Steger. Geleitet als Kerners Ehefrau Rickele spricht sie gemeinsam mit Gästeführer Klaus Peter-Fabian, der Justinus Kerner mimt, die Messebesucher in der Messehalle Halle 6 gezielt an.

„Unser Schwerpunkt liegt dieses Jahr auf Kultur“, sagt die Weinsberger Tourismusmanagerin Daniela Wenninger. Erstmals werben Weinsberg und Obersulm gemeinsam auf

der CMT. Aus dem Obersulmer Schulmuseum hat Martina Hartmann-Müller als Blickfang eine alte Schulbank mitgebracht. Aufmerksamkeit erregen die beiden neuen Werbebanner der Kommunen in Blau (Weinsberg) und Rot (Obersulm), die den Schalter schmücken.

„Wir haben rund 450 Prospekte ausgegeben“, berichtet Daniela Wenninger. Die „Renner“ seien der städtische Flyer „Gästeführungen“ und der Prospekt „Kernerhaus“ gewesen. Auch kostenlose „Giveaways“, wie Gummibärchen, Kalenderkarten für den Geldbeutel und Postkarten mit Kernermotiven seien gerne mitgenommen worden.

**Gute Resonanz** „Wir haben einen idealen Standort und eine sehr hohe Frequenz“, ist Martina Hartmann-Müller mit der Resonanz zufrieden. Gerade wochentags seien die sogenannten „Best Ager“ unterwegs. Diese Personengruppe ab 50 sei die ideale Zielgruppe für den Tages- und Ausflugstourismus, den man schwerpunktmäßig bewerbe.

Neue Kontakte hätten sich zu den Weinerlebnisführern und einem Gruppenreiseveranstalter ergeben. „Ich habe den Eindruck, dass es mehr Besucher als im letzten Jahr sind“, freut sich Brigitte Zimmer-

mann von der Campingparkverwaltung am Messestand des Campingparks Breitenauer See bei der TG Hohenlohe über eine rege Nachfrage. Einziges Manko: Die Messebesucher könnten nicht sofort buchen.

„Es läuft sehr gut, wir erleben hier ein interessiertes Publikum und führen gute Gespräche“, ist Hotelier Michael Roger zufrieden. Mit Lederhose, Trachtenhemd und Filzhut wirbt der Löwensteiner Gastronom in Halle 8 über die gesamte Messezeit am „Flair-Hotel“-Stand um Kundschaft. Seine Attraktion: Ein Gewinnspiel mit Wellness- und Erlebniswochenende im Landhotel.

„Hauptthema waren Wandern und Radfahren“, sagt Michael Köhler von der Gemeindeverwaltung Wüstenrot. Am gemeinsamen CMT-Stand mit Mainhardt in Halle 6 stehen Römer, der Limes, das Naturerlebniscamp und die Wüstenroter Sehenswürdigkeiten im Mittelpunkt. Spontan unterstützt der schwäbische Barde und Musiker Johann Hahn am Dienstag die Wüstenrot-Mainhardter Aktionen mit Live-Musik auf der Gitarre. „Das beschert uns bei so manchem Messebesucher Aufmerksamkeit“, freut sich Michael Köhler, wenn Besucher stehenbleiben, mitsingen und ein Gespräch beginnen.