

Roter Bur auf Tour

Das nahe Freiburg gelegene Glottertal ist weit über die Landesgrenzen bekannt. Das kann an der berühmten Fernsehserie „Schwarzwaldlinik“ oder an der steilen Reblage „Roter Bur“ liegen. Beides, verbunden mit erstklassiger Gastronomie und besten Weinen, wurde jetzt in ein neues touristisches Konzept eingebunden.

Timewalking Timetalking, eine Freiburger Agentur für erlebnisreiche Stadtführungen, hat sich mit der „Tour mit dem Roten Bur“ aufs Land begeben und führt seit dem 21. Oktober Gäste durchs Glottertal. Nach der Tourpremiere hat Timewalking Timetalking Geschäftsführerin Barbara Krull zusammen mit der Wirtegemeinschaft „Gastliches Glottertal“ einen Preis im Rahmen des Ideenwettbewerbs „Genießerland Baden-Würt-

temberg“ bekommen. Rainer Laubig, Pressesprecher der Tourismus Marketing Baden-Württemberg (TMBW), nannte als wichtigsten Tourismustrend der nächsten Jahre die Regionalität. Die Einigkeit unter den Glottertaler Gastronomen lobte er ausdrücklich. Als Vertreterin der Wirtegemeinschaft wies Martha Kunz darauf hin, dass man mit dem Slogan „Schmeck's und guck – komm und verweil“ die Gäste mitreißen will. Sie sollen



Mit den Schauspielern Antonio Denschelmann (l.) und Daniel Ochsenreiter kann man im Glottertal auf Tour gehen. Bild: pr

im Glottertal bleiben und etwas erleben.

Der „Rote Bur“ erzählt auf einer Genusswanderung vom Leben und Arbeiten der Glottertaler früher und heute, hat an den Stationen Winzergenossenschaft, der Hilzinger Mühle oder in der Reblage „Roter Bur“ einige Anekdoten und Geschich-

ten zum Thema Milchwirtschaft, Käseherstellung oder Schnapsbrennerei auf Lager. Auch Gaumenfreuden kommen nicht zu kurz: In den Gasthäusern der Wirtegemeinschaft werden Spezialitäten direkt vom Erzeuger serviert. Bis es so weit war, mussten sich die beiden Schauspieler Antonio Denschelmann und Daniel Ochsenreiter intensiv vorbereiten. Barbara Krull und ihr Team recherchierten dazu vor Ort. Ein Team von etwa sechs „Roten Buren“ soll zukünftig für Genussstouren in deutsch, englisch oder französisch zur Verfügung stehen. Aus mehreren Bausteinen können größere oder kleinere Gruppen sich eine Tour maßschneidern lassen. In größeren Firmenevents besonders auch aus dem Ausland sieht Barbara Krull das Hauptpotenzial. Ideal sei die Tour auch für Rahmenprogramme bei Kongressen und Tagungen im nahen Freiburg. www.timewalking.de

Der Ideenwettbewerb 2009: Vier Preisträger aus Südbaden

49 Einsendungen gingen beim erstmals ausgeschriebenen Ideenwettbewerb Genießerland Baden-Württemberg ein. Darunter Kommunen, Gastronomen-Vereinigungen oder Einzelbewerbungen. Das machte es der Jury nicht einfach, am Ende zehn Sieger zu küren. Nach Ansicht der Jury konnte der Anfang 2009 vom Wirtschaftsministerium und Tourismus Marketing Baden-Württemberg (TMBW) ausge-

schriebene Wettbewerb der Kampagne Genießerland Baden-Württemberg zusätzliche Impulse verleihen und sie weiter vorantreiben. Der Wettbewerb soll im kommenden Jahr fortgesetzt werden.

Der erste Platz (15 000 Euro Preisgeld) ging an die Touristikgemeinschaft Hohenlohe mit dem Projekt „Authentizität als nachhaltiger Erfolgsfaktor der Genießerregion Hohenlohe“. Mit den Naturparkwirte-Genie-

ßertouren gewannen die beiden Schwarzwaldnaturparke den zweiten Platz (10 000 Euro). Alle weiteren acht Preisträger erhielten je 5000 Euro. Aus Südbaden mit dabei: Landfrauen St. Märgen/Hochschwarzwald Tourismus GmbH mit dem Landfrauencafé Goldene Krone, Kulinarische Erlebniswelt Glottertal und die Gemeinde Ottenhöfen mit dem Ottenhöfener Mühlenwanderweg. www.geniesserland-bw.de ses

Regionales stärkt das Image des Schwarzwalds

Der Tourismus gilt allgemein als Wachstumsbranche und ist ein Schlüsselfaktor für den Schwarzwald. Diesen will Regierungspräsident Julian Würtenberger weiterentwickeln und lud zu einer Informationsfahrt in den Mittleren Schwarzwald ein. Im Zentrum stand das Thema regionale Produkte und ihre Vermarktung.

Auf dem Ramsteinerhof in Fischenbach ließ sich Würtenberger von Naturparkgeschäftsführer Karl-Heinz Dunker und dem Geschäftsführer von „echt Schwarzwald“ die vielfältigen Aktivitäten vorstellen. Die anschließende Diskussion mit Vertretern von Kreis, Kommunen, Landwirtschafts- und Tourismusverbänden ergab das einhellige Petition, dass eine starke Vernetzung der zahlreichen Projekte für eine erfolgreiche Vermarktung ausschlaggebend ist. Mit dem Label „echt Schwarzwald“ für regionale Qualitäts-

produkte sieht man sich auf gutem Weg, der in Zukunft Naturparke übergreifend gegangen werden soll.

Betriebsinhaber Ullrich Müller machte bei der Hofbesichtigung deutlich, dass ein landwirtschaftlicher Betrieb zumal in den Höhenlagen des Schwarzwaldes nur mit Unternehmersinn und betriebswirtschaftlichem Denken erfolgreich geführt werden kann.

Das „Verreißerle“ gab es dann nach einem kurzen Spaziergang auf dem Nordracher Obstbrennerweg bei der Besichtigung der

Obstbrennerei von Familie Webering auf dem Heidenbühlhof in Nordrach. Die Gastgeberin führte durch ihren beeindruckenden Obstgarten.

Mit dem Nordracher Landschaftspflegeprojekt hat Heinrich Uhl einen Weg beschritten, der für Außenstehende vordergründig wirtschaftlich weniger erfolgversprechend ist. Rund 100 ha Steillagen und nahezu wertloses Gelände hat er sukzessive aufgekauft und lässt dieses wohlüberlegt von Schafen und Ziegen beweidet. Das damit verbundene Engagement für die Offenhaltung der Landschaft lohnt sich gerade so, die hervorragende Fleischqualität seiner Tiere liefert dafür beste

Erzeugnisse. Den Abschluss der Informationsfahrt bildete ein Podiumsgespräch im Nordracher Pfarrheim. Einigkeit bestand darin, dass regionale Produkte das Image des Schwarzwaldes steigern können. Bank *Lesen Sie hierzu das BBZ-Gespräch auf S. 5*



BLHV-Kreisvorsitzender Ulrich Müller (l.) beeindruckte den Regierungspräsidenten (2. v. r.) mit seinen Standbeinen Brot-, Fleisch- und Brennerei-Erzeugnissen sowie Ferienwohnungen. Bild: pr