

ALBSTADT, 10.06.2017

Übrigens: Ein bisschen Herz muss sein

Berlin hat sie, Paris natürlich, London und Venedig sowieso – und jetzt endlich auch Albstadt.

von 🧑 Dagmar Stuhmann

Die Rede ist von Souvenirs, von unterschiedlichsten Mitbringseln, die Touristen in aller Welt mit nach Hause nehmen, damit sie sich in der Heimat genüsslich an schöne Erlebnisse in der Fremde zurückerinnern können. Was für Berlin der Bär, für Paris der Eiffelturm, für London der Tower und für Venedig die Rialto-Brücke ist, das ist für Albstadt ja vielleicht schon bald die kleine Brezel, die es seit kurzem als Teil des jungen Labels „Albstadt-Liebe“ unter anderem bei der Tourist-Information im Rathaus zu kaufen gibt.



Ins Leben gerufen wurde die Produktpalette von einer Albstädter Werbeagentur, deren Chefin Anette Ganter gleichzeitig auch Stadträtin ist. In ihrer Funktion als Gemeinderatsmitglied sah sie wohl in den Diskussionen, in denen es darum ging, wie Albstadt sich besser verkaufen kann, was fehlte und füllte mit ihrem Team die Lücke. Sehr zum Wohlgefallen der Stadtverwaltung übrigens, die voll und ganz hinter der Idee steht. Passt sie doch perfekt in die aktuellen Bemühungen um ein passgenaues Albstädter Stadtmarketingkonzept.

Nachdem in der Vergangenheit diversen Aktivitäten in dieser Richtung nur herzlich wenig Erfolg beschieden war, hat die Stadt Albstadt sich auf die Notwendigkeit besonnen und einen erneuten Anlauf genommen. Im Zuge der Aktion „Albstadt will's wissen“ gab es vergangenes Jahr eine große Bürgerbefragung. Das Fazit gab OB Konzelmann kürzlich beim Bürgerfest bekannt: Albstadt ist eine Wohlfühlstadt, in der die Bürger gerne leben.

Apropos Albstadt-Liebe: Die Brezel, die eigentlich ein Flaschenöffner ist, ist der Renner. Die Nachfrage ist offenbar riesig. Doch die am Herzchen erkennbare Albstadt-Liebe-Palette umfasst noch viel mehr als eine Brezel: Es gibt Vesperbrettle, die aus Holz aus Albstadts Wäldern hergestellt werden, Trinkbecher mit einer aus verschiedenen stadtpprägenden Motiven zusammengewürfelten Albstädter Skyline, Albstädter Kräutertee, Albstadt-Postkarten, ein Tischdeko-Set und Mini-Magnete sowie Autoaufkleber mit der Aufschrift „I love Albstadt“ – was natürlich Englisch ist, übersetzt aber nichts anderes heißt als Albstadt-Liebe.

Das Projekt ist eben erst angelaufen, hat aber das Potenzial, weiter ausgebaut zu werden. Angesichts der wachsenden Anzahl von unternehmungslustigen Touristen, die nicht nur die Natur rund um Albstadt genießen und sich auf den Traufgängen tummeln sollen, sondern von denen man sich langfristig auch einige Impulse in Sachen Handel und Gastronomie erhofft, war ein solches Andenken-Angebot eigentlich schon lange überfällig. So sieht's jedenfalls auch die Stadtverwaltung, werde dadurch doch auch die „Marke Albstadt“ gestärkt.