

Den Tourismus nicht schlecht reden

Pfrontner Liste Privatvermieter zeigen sich rundum zufrieden. Wandern im Visier

Pfronten Den Tourismus in Pfronten solle man nicht schlecht reden, lautet das Fazit einer Veranstaltung der Pfrontner Liste. Privatvermieter zeigten sich dabei auf jeden Fall rundum zufrieden.

Zu Beginn der Veranstaltung riss Sebastian Nöß das Thema „Europäische Wanderdörfer“ an. Er warf die Frage auf: „Verkaufen wir Mythen?“ Nach lebhafter Diskussion hielt Dr. Otto Randel fest, die Mythen müssten aus der echten Pfrontener Geschichte entwickelt werden. Für treffend hielt man Begriffe wie Freiheit, Ruhe und Familienzeit. Die Wanderwege als Basis seien sehr wichtig. Alfons Haf stellte fest, dass der Bauhof das sehr umfangreiche Wegenetz in einem guten Zu-

stand halte, aber dass es ein wichtiges Ziel sein sollte, die Wege nach und nach naturnah auf eine überdurchschnittliche Qualität zu verbessern. Philipp Trenkle bedauerte, dass die Forstwege die alten Wege häufig verdrängt hätten. Diese alten Wege seien für den Wanderer meist störungsfrei und ideal als Verknüpfung mit den neuen Wegen nutzbar.

Beim Hallenbad noch Potenzial

Aber auch das Hallenbad sei sehr wichtig, betonte Andi Vogler. Besonders der Bereich Kiosk müsse verbessert werden. Ursula Hechenberger verpflichtete ihm bei und forderte, Rutsche und Sprungbretter doch besser zu erwerben, schließlich gebe es in der Umgebung kaum

noch Bäder, die dies bei einem hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis zu bieten hätten.

Einig waren sich alle Vermieter über die enorme Bedeutung des Anführerskigebietes am Breitenberg. Gelobt wurde aber auch der Sonnenlift in Rölfleuten. Beide kämen der Zielgruppe Familien sehr entgegen. „In der Werbung müssen wir uns auf Familien und Senioren konzentrieren“, fand man übereinstimmend. Als Ort der Spielplätze sei Pfronten vorbildlich. Mit einem Indoor-Spielplatz, beispielsweise mit einem Heustock, in den die Kinder hineinhüpfen könnten, wäre das Allwetter-Programm noch zu ergänzen.

Bei allen Bemühungen sei ent-

scheidend: die Ansprache und Freundlichkeit des Vermieters sowie Sauberkeit und Komfort der Wohnung. Natürlich müsse man auch auf gute Fotos und die Klassifizierung achten, aber die mündliche Weiterempfehlung sei immer noch die effektivste und billigste Werbung.

Neue Ideen brauche es ab und zu: Einen Wandertag oder eine Wanderwoche solle man organisieren, dabei auf Entschleunigung und Ursprünglichkeit setzen.

„Machen wir doch über einen Wettbewerb kleine Filmchen und werben damit auf unserer neu gestalteten Homepage und in den neuen Medien“, war ein weiterer Vorschlag aus der Runde. (eb)