



TOURISMUS

Das Tor zum Süden

Das neue **Touristik-Magazin** präsentiert Engen als Teil einer Wohlfühlregion

Engen (jw) Eine Neuauflage ihres Imageprojektes stellte die Stadt Engen zusammen mit dem Touristikverein Engen vor. Das alte Prospekt war ver-

Tourismus

Jährlich besuchen rund 100 000 Touristen (geschätzt) Engen. In den drei Hotels und privat übernachteten im vergangenen Jahr 37 000 Gäste, auf dem Campingplatz „Sonnental“ rund 14 900. Beliebt sind die Stadtführungen. 2005 waren es 101 Führungen mit 3264 Besuchern. 25-mal führten der Nachwächter und die Bürgerfrau die Besucher durch die Altstadt. (jw)

griffen und entsprach auch nicht mehr den heutigen Ansprüchen. Engen soll mit dem neuen Touristik-Magazin auch stärker in der Wohlfühlregion Hegau-Bodensee präsentiert werden. „Wir haben vier Agenturen eingeladen“, erinnerte Bürgermeister Johannes Moser, „ihre Vorschläge einer Jury zu präsentieren.“ Zentrale Aufgabenstellung sei gewesen, Engen zwischen Historie und Moderne als Teil der Wohlfühlregion Hegau-Bodensee zu positionieren. Unterstützt werden sollte mit dem neuen Prospekt ganz besonders der positive Trend zum „sanften Tourismus.“ Großes Vertrauen wurde dann in die beauftragte Werbeagentur Kassandra gesetzt. Herausgekommen ist ein „Buch der Impressionen“, mit dem liebevollen und

prägenden Titel: „Engen - Wo der Süden am schönsten ist.“ „Wir wollen natürlich hauptsächlich unsere malerische, historische Altstadt herausstellen“, betonte der Bürgermeister, und sie in den touristisch hochattraktiven Teil der Bodenseelandschaft einbetten.“ Dabei soll Engen als Teil dieser Region gesehen werden und Ruhe und Geborgenheit vermitteln, nach dem Motto: „Das kenne ich noch nicht, das will ich entdecken, hier werde ich mich wohl fühlen.“ Die Texte sind kurz und prägnant, untermalt von wunderschönen, stimmungsvollen Bildern liebevoller Details. Die Broschüre soll an interessierte Veranstalter sowie auch Individualtouristen verschickt werden und „dem Ortsfremden ein charakteristisches und unverwechsel-



Stolz auf das gelungene Werk sind **Barbara Emminger und Reinhilde Heim, sowie Johannes Moser und Günter Schmaglinski.** BILD: WASCHKOWITZ

bares Profil der lebendigen Stadt, ihrer Menschen und ihrer Besonderheiten vermitteln.“ „Thematische Schwerpunkte sind die Stadt mit südlichem Flair, Verbindung von Tradition und Moderne, Leben und Erleben“, stellen Reinhilde Heim und Barbara Em-

mingen von der Agentur das neue Werk vor, „sowie Wandern, Wohlfühlen und mitten unter Freunden sein.“ Großen Dank zollte Johannes Moser dem Touristikverein für seine Mithilfe und den Fraktionen im Gemeinderat für die Bereitstellung der Mittel im Haushalt.