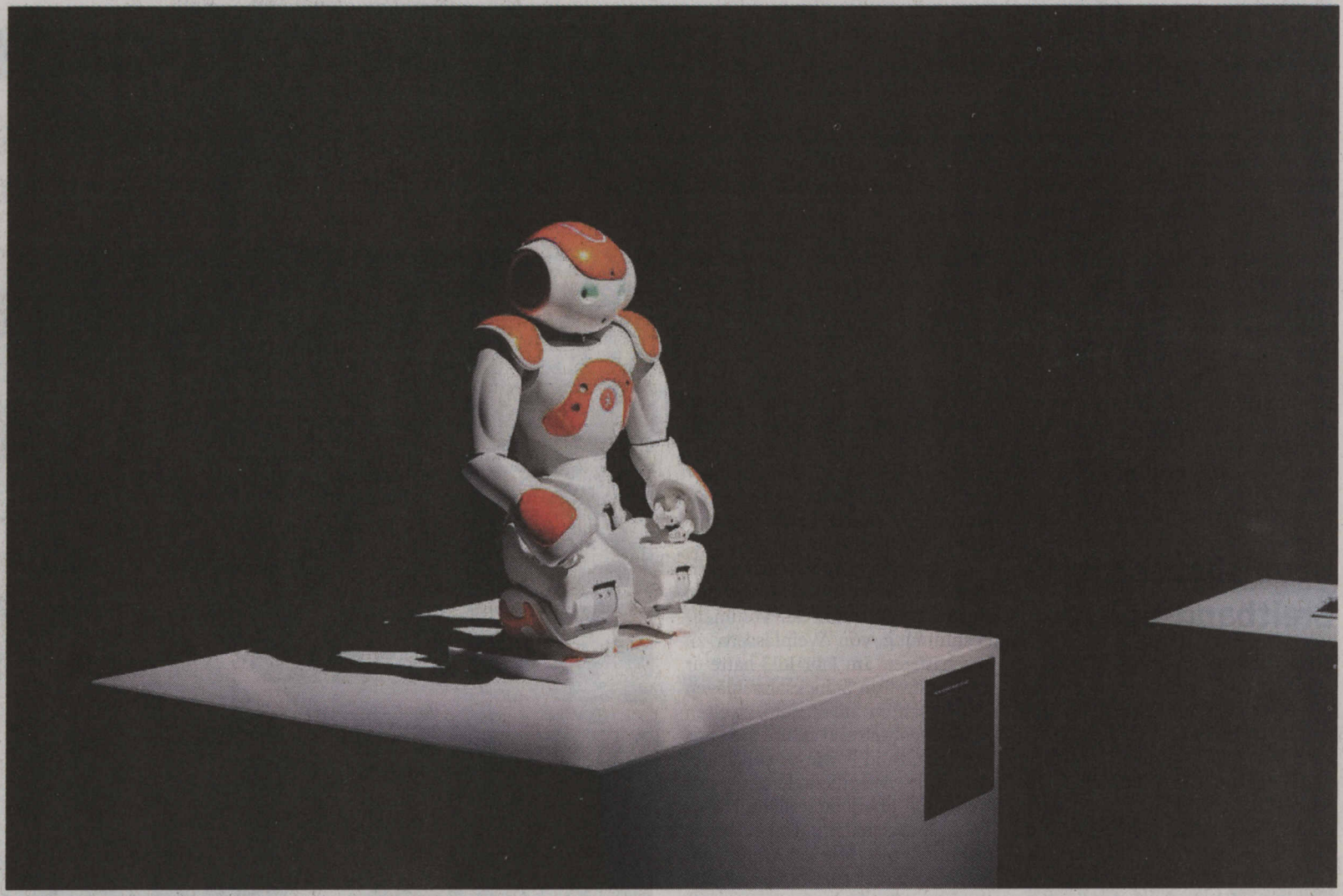


Der Star beim Tübinger CMT-Auftritt: Der massentaugliche Roboter NAO ist fast 60 Zentimeter groß, wiegt rund fünf Kilo und kostet etwa 7000 Euro. In Deutschland wird er in Schulen eingesetzt. Forscher im Tübinger Cyber Valley arbeiten an großen Geschwistern des kleinen NAO. *Bild: Valentin Marquardt*

Roboter NAO löst Stocherkahn ab

Tourismus-Messe CMT Die Städte Tübingen, Reutlingen und Metzingen setzen bei der Werbung um Besucher verstärkt auf Digitalisierung. *Von Thomas de Marco*

Bisher war immer ein Stocherkahn der Star des Tübinger Auftritts bei der Stuttgarter Tourismus-Messe CMT – doch den suchen Besucherinnen und Besucher diesmal vergebens. Stattdessen setzt Tübingen bei der CMT von Samstag, 12. Januar, bis Sonntag, 20. Januar, auf virtuelle Realitäten: Im Fokus des Auftritts steht der kleine Roboter NAO, stellvertretend fürs neue Zentrum für Künstliche Intelligenz, das Cyber Valley.

Mit ihm soll Tübingen zusätzlich zum klassischen Tourismusziel auch verstärkt als Wohn- und Arbeitsort beworben werden. „Tübingen hat eine der exzellentesten Universitäten, einen herausragenden Forschungscampus und das Cyber Valley", erklärt Frank Dürr vom Museum der Universität Tübingen (MUT). „Leute aus China besuchen Orte nicht nur wegen des Sightseeings, sondern interessieren sich zunehmend auch für potenzielle Bildungsstandorte für ihre Kinder."

Mit der 3D-Brille lassen sich Exponate des Museums der Uni Tübingen plastisch erleben. *Bild: MUT*

Um Gäste aus China nach Tübingen zu lotsen, setzt die Stadt auch auf intensive Kooperation mit der Outlet-City in Metzingen sowie mit den Sinologen der Uni, erklärt Dürr vom MUT. Das Museum steht ebenfalls für den verstärkten Trend zur Digitalisierung beim Messe-Auftritt. So liegt am Stand 81 in Halle 6 eine 3D-Brille, mit der Exponate des Uni-Museum dreidimensional betrachtet werden können.

Dabei ist auch der Schlosshof als 3D-Modell zu erleben – wobei der digitale Zwilling eine Besonderheit aufweist: Das Gemäuer bekommt ein virtuelles Dach verpasst. „Das könnte eine Option für künftige Events werden", sagt Dürr. Nutzerinnen und Nutzer auf der CMT sollen dann Auskunft darüber geben, was sie davon halten, erklärt der Wissenschaftliche Mitarbeiter des MUT. Dieses will künftig sein 3D-Museum für ganz Baden-Württemberg ausbauen.

„Die CMT ist für uns ein Heimspiel", betont Geschäftsführerin Gabriele Eberle vom Bürger- und Verkehrsverein Tübingen. Das Einzugsgebiet habe dabei einen Radius von 200 Kilometern. „Wir sprechen dabei vor allem die klassischen Tagestouristen an und freuen uns auf Wiederholungsbesucher sowie Neuentdecker." Dafür werden diverse Broschüren neu aufgelegt. Der Juli ist dabei der Veranstaltungs-Ballungsmonat – von Bücherfest bis 50 Jahre neuer Botanischer Garten, von Stadtfest bis Sommerinsel, von Reit-Championat bis City-Triathlon.

> „Leute aus China interessieren sich zunehmend auch für potenzielle Bildungsstandorte für ihre Kinder.
>
> **Frank Dürr**, Museum der Uni Tübingen

Bereits zum fünften Mal präsentiert sich Tübingen auf der CMT gemeinsam mit Reutlingen und Metzingen als Städteperlen – „wir feiern quasi hölzerne Hochzeit", sagt Waltraud Schweitzer, Tourismus-Beauftrage der Stadt Metzingen. Reutlingen setzt in Stuttgart ebenfalls verstärkt auf Digitalisierung und möchte auch Menschen ansprechen, die damit noch nicht so viel zu tun haben, erklärt Tanja Ulmer, Geschäftsführerin des Reutlinger Stadtmarketings (StaRT).

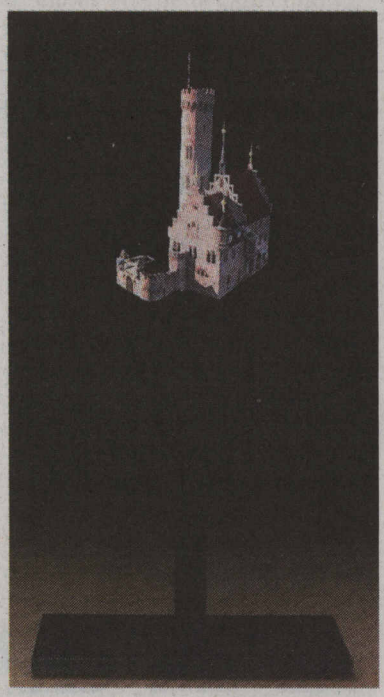
So sollen per Smartphone vergangene Zeiten auf einem Rundgang durch Reutlingen an zehn Stationen nacherlebt werden. Die erste wird in Stuttgart bereits demonstriert: Wird das Handy in Richtung des Hauses gehalten, in dem 1726 der Stadtbrand ausgebrochen war, ist per App ein Filmchen zu diesem verheerenden Ereignis zu sehen.

Außerdem bringt Ulmer mit ihrem Team Sehenswürdigkeiten wie Reutlinger Marienkirche oder Schloss Lichtenstein gleich mit: Das Reutlinger Unternehmen „3D Mediaservice" lässt mit Hilfe der Holografie-Technik „Hololution" diese Objekte dreidimensional erscheinen oder durch den Raum schweben, ohne dass eine 3D-Brille notwendig wäre. „So etwas hat es in Deutschland bisher noch nie auf einer Messe gegeben", sagt Ulmer. Ansonsten stellt sich Reutlingen ganz klassisch als „entspannte Einkaufsstadt und starker Wirtschaftsstandort in attraktiver Lage" vor – auch wieder mit einer „lebenden Mutschel".

Metzingen wiederum hat auf der CMT die Erweiterung seiner Outlet-City als großes Thema. So entlastet mittlerweile die neue Tiefgarage mit 610 Plätzen die Innenstadt, sukzessive eröffnen neue Stores und Gastronomiebetriebe. Im Herbst wird auch der neue Hugo-Boss-Store eröffnet – weltweit der größte, wie Felix Metzmann von der Outlet-City erklärt.

Die Stadt selbst versteht ihren CMT-Auftritt als „Gegenpart zum Outlet", wie Schweitzer vom Metzinger Rathaus sagt. „Wir wollen mit unseren Angeboten Shopping-Gäste dazu animieren, ein bisschen länger hierzubleiben." Dabei setzt Metzingen auf den Weinbau mit dem Nachbau einer Laube sowie auf Wandern und Radeln – durchaus auch durch die Weinberge. Wechselnde Kooperationspartner haben sich am Stand angesagt – unter anderem die Firma „Bikedoctor" mit Radverleih und Radtouren.

„Die Region mit ihrer ganzen Vielfalt an Kultur, Natur, Wirtschaft, Kulinarik und Shopping darzustellen geht nur gemeinsam", betont Tübingens Wirtschaftsförderin Claudia Rist die Bedeutung des Städteperlen-Trios. „Es liegt nun an uns, das alles gut darzustellen."



Das Schloss Lichtenstein freischwebend in der „Hololution-Technik". *Bild: Markus Riehl*

Info Unterm Dach des Tourismusverbands Schwäbische Alb präsentieren sich Tübingen, Reutlingen und Metzingen auf der CMT gemeinsam in Halle 6, Stand 81, als „Städteperlen". Montag bis Freitag von 10 bis 18 Uhr sowie Samstag und Sonntag von 9 bis 18 Uhr hat die CMT geöffnet.

Unterjesinger Wengertwegle als Neuzugang

Der Kreis Tübingen präsentiert sich ebenfalls in Halle 6 unter dem Dach der Schwäbischen Alb. Schwerpunkte am Messestand sind Natur-, Genuss- und Aktiverlebnisse, unter anderem mit den insgesamt zehn Themen-Radtouren durch die **Tübinger Umwelten** und mit den Premiumwegen am **Früchtetrauf**. Letztere bekommen Zuwachs: Im Mai ergänzt das Unterjesinger Wengertwegle als 9. zertifizierte Wander-Tour das Früchtetrauf-Angebot. Informationen und den Wander-Flyer zur Rundtour durch die Unterjesinger Weinberge gibt es erstmals bei der CMT. Auf der neuen Homepage www.früchtetrauf.de gibt es die Informationen bereits im Internet. Für Menschen mit eingeschränkter Mobilität hat der Landkreis Tübingen ein neues Angebot geschaffen: 14 barrierefreie Spazierwege werden in einer Broschüre vorgestellt. Diese gibt auch einen Überblick über **barrierefreie Freizeitangebote** wie Museen, Stadtführungen, Theater oder Kinos. Am Dienstag, 15. Januar, sind einige Weingärtner aus dem Kreis mit Kostproben am Stand vertreten. An diesem Tag kommt auch Tübingens Landrat Joachim Walter mit einer Delegation von Kreis- und Gemeinderäten der Städte Tübingen, Rottenburg und Mössingen zur CMT. Zwei Tage später steigt am Stand eine **Saftpress-Aktion** des Mössinger Café Pausa, das seit knapp einem Jahr im neuen Streuobst-Informationszentrum im Pausa-Gelände in Betrieb ist. Der Kreis ist am 12. und 13. Januar auch auf der Sondermesse „Fahrrad- und Wanderreisen" in Halle 10 vertreten – mit Informationen über **Premium- und Spazierwanderwege** rund um Neckar, Ammer und Steinlach sowie über die Rad-Angebote in den „Tübinger Umwelten".